



**TÜRK TEKSTİLİ
AB PAZARINDA
DÜNYAYI SOLLADI!**

**Y KUŞAĞI GİRİŞİM
DÜNYASINDA
ÇOK MUTLU!**

**İSTİHDAM PİYASASINDA
2018 UMUDU!**

**ROBOTUN VERGİSİNİ
KİM ÖDEYECEK?**



**TARİHİ BİR GEZİ
İÇİN BURSA!**

EKOĞÜNDEM

**HANTAL ŞİRKETLER
KAYBEDERKEN
ÇEVİKLER KAZANIYOR!**

**SABANCI HOLDİNG CEO'SU
MEHMET GÖÇMEN**

**2018 YENİLİKLERİN
SAHAYA İNDİĞİ YIL OLACAK!**

Ar-Ge'ye hâkim olamayan firmaların yeni dönemde ayakta kalamayacağını söyleyen Sabancı Holding CEO'su Mehmet Göçmen, "2018 yılı yeni nesil işlerimizin hayata geçirilmesindeki yıl olacak 2017 yılı biraz hazırlık yılıydı, 2018 yeniliklerin sahaya indiği yıl olacak. Sabancı Holding olarak 2018 yılında 5 milyar TL'nin üzerinde yatırım yapacağız" dedi.

İlham veren ahşap çözümleri...

MDF

MDF-Lam

Panel

Profil

Parke



TÜRKİYE'NİN DÖNERCİSİ

Bereket Döner, Kars'tan Edirne'ye kadar; bütün müşterilerine aynı lezzeti, aynı hizmeti ve aynı tazeliği sunarak, Türkiye'nin ortak dilini “gerçek lezzet” olarak değiştiriyor! Sizin de gerçeklerle buluşmanızın vakti geldi!

Gerçek etten gerçek döner...
Bereket Döner!



BEREKETDÖNER

İÇİNDEKİLER



YILDIRIM BELEDİYE BAŞKANI İSMAİL HAKKI EDEBALI
**KENTSEL DÖNÜŞÜM
ANA GÜNDEM MADDEMİZDİR!**



10 GÜNCEL
Tarım ve gıdada ithalat, kısa vadeli düşünölmeli!

12 GÜNCEL
Sektör 2018'de verimliliğe odaklanacak!

16 BUSINESS EKONOMİ
2018 stratejisi 'Yık ve Büyü', ileri!

20 BUSINESS EKONOMİ
Birleşme ve satın almalar zorlu şartlara direnç gösterdi!

32 BUSINESS GÜNDEM
Robotun vergisini kim ödeyecek?

78 BUSINESS AKTÜEL
Her 13 dakikada bir telefona bakıyoruz!

82 TOURISM
Tarihi bir gezi için; Bursa!

94 BUSINESS HEALTH
Romatizma artık gençleri de etkiliyor!



92
İTALYAN
MUTFAĞININ
EN LEZZETLİ HALİ
MEZZALUNA'DA!

EDİTÖR'DEN MESAJ VAR!

Değişim ve dönüşüm çağında dünyamızın rotası nereye?..

Bir dönüşüm ve değişim çağında yaşıyoruz. Dünyamız değişiyor, iklimler, havamız, suyumuz, toprağımız değişiyor. İnsanlar değişiyor. Bilgisayarlar değişiyor. Ticaret dönüşüyor, Endüstri 4.0 ile üretim süreçleri dönüşüyor. Siyaset değişiyor, demokrasiler evriliyor. Tam bir çalkantı halindeyiz.

Ülkemiz de bu değişim ve dönüşümlerin etki alanı içerisinde doğal olarak. Gündemimiz Suriye'deki operasyonla meşgulken dönüşümler hız kesmeden devam ediyor. Örneğin kentsel dönüşüm belediyelerimizin gündeminde önemli bir yer tutuyor. Ancak bunun sağlıklı bir rotaya oturtulması için yeni yol haritalarının çıkarılması gerekiyor.

Ticarette bir e-dönüşüm yaşanıyor ki şu anda 60 binden fazla şirket bu dönüşüme dahil olmuş durumda. Toplamda 1,2 milyon şirket olduğu ve bunların da yarıya yakınının anonim ve limited olduğu düşünülürse e-dönüşümdeki potansiyeli algılayabiliyoruz.

Ticarette bir başka dönüşüm daha yaşanıyor. Bunun en canlı örneği ABD yaşanıyor. Amazon.com'un 2017 net satışlarının 2017 yılı sonunda 150 milyar doları bulduğu tahmin ediliyor. Bu da ABD'deki e-ticaret hacminin yaklaşık yarısı. Artan e-ticaret hacmi AVM'lerin bir bir kapanmasına neden oluyor. Global e-ticaret hacminin ise 2 trilyon doları geçtiği tahmin ediliyor. Bunun yarıya yakını da Çin'de gerçekleşmiş görülüyor.

ABD'nin global gücü ve etkinliği zayıflarken Çin yeni dev olarak boy göstermeye başlıyor. Rusya eski gücüne kavuşmaya çalışırken nükleer yıkıma ve üçüncü dünya savaşına ilişkin korkular artıyor. Demokrasiler gerilerken otoriter, baskıcı yönetimlerin sayısı artıyor.

Bu değişim ve dönüşüm çağında sağlıklı bir yol alabilmek gerçek kuzey ilkelerine ihtiyaç gösteriyor. Dünyanın bu evrensel ilkeler ışığında doğayla barışık, insanı önceleyen bir siyasi ve ekonomik düzene geçiş yapması gerekiyor.

İmtiyaz Sahibi
BT MEDIA GROUP
Bayram TAVŞAN

Genel Yayın Yönetmeni
Bayram TAVŞAN

Haber Müdürü (Sorumlu)
Tunç KANDEMİR

Yazı İşleri Masası
Eşref SEVMİŞ

Ekonomi Editörü
İsmail ŞAHİN

Haber Merkezi
Abdullah SEVİMLİ
Arda POLAT
Batuhan TAVŞAN

Reklam Koordinatörü
Esmagül BAHAR

Avrupa Temsilcisi (Almanya)
Tuncay UĞUR
+49 17 24 96 44 80

Ankara Temsilcisi
Naci ATMACA
0506 461 44 90

Çukurova Bölge Temsilcisi
Ahmet ATEŞ
0342 220 20 95

Creative Director
Aydın DANIŞ

Hukuk Servisi
Av. Gökmen KOÇLU

Mali İşler Müdürü
Süleyman ERAT

Yönetim Merkezi
BT MEDIA GROUP
Batıköy Mah. Mustafa Kemal Bulvarı Belen Sok.
Kent Plus Sitesi B2 Blok N:2Y / 30
Büyükcemece - İstanbul
Tlf: 0212 337 36 56 (pbx)
Faks: 0212 337 36 10
www.businessnewstr.com info@businessnewstr.com

Basım Yeri
Elma Basım
0212 697 30 30

Yayın Yeri
İstanbul

Dağıtım
Zip Dağıtım
0212 225 35 75

Baskı Tarihi
01.02.2018

ISSN 2148 - 2519

Dijital Edisyon



Business News Dergisi ve eklerinde yayınlanan yazı, haber, fotoğraf, reklam ve illüstrasyonların her türlü telif hakkı BT Media Group'a aittir. İzin alınmadan kullanılamaz.

Yayınlanan tüm ilanların sorumluluğu sahibine aittir. Bu dergi basın meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder.

bt media
Business News
İş Dünyası Dergisi





Genel Yayın Yönetmeni: Bayram Tavşan email: bayram@businessnewstr.com

yönetmen'in ajandası

DİJİTALLEŞME İLE ŞİRKETLER HIZLANIYOR, KARLILIK ARTIYOR!

Son yıllarda yaşanan ekonomik dalgalanmalar profesyonel hizmet sektörünün değişimine yol açtı. Fiyat duyarlılığı, karmaşık hizmet talepleri, yüksek kalite beklentisi ve kısalan teslimat süresi talepleri gibi müşteri eğilimleri artış gösteriyor.

Bu karmaşık pazarda profesyonel servis sağlayıcılar, pazarda kalıcı olmak ve gelirlerini arttırmak için rakiplerinden farklılaşacak yeni yollar arıyor. Örneğin saat bazlı faturalandırma yerine sabit ücretli teklifler veriyorlar. Bu stratejilerde bütçe dışına çıkmamanın yolu yeni beceriler ve dijitalleştirilmiş süreçlerden geçiyor.

Bir çok firma fiyatlandırma politikalarını gözden geçiriyor. Ancak hizmet oranlarındaki baskı artışı, fiyat politikalarında değişime neden oluyor. Müşteriler verilen hizmeti fiyatlandırmakta çoğu zaman zorlanıyor. Müşteriler, alacağı hizmetin faturasını iş başlamadan bilmek istiyorlar.

Pazardaki bu talebi karşılamak için profesyonel hizmetler sunan firmalar sabit bir fiyatlandırma sistemine gitmek zorunda kaldı. Sektörün her köşesinde bu trendin hakim olduğunu gözlemlemek mümkün. Rekabet nedeniyle, bir firmanın uyguladığı ücret politikasını diğer şirketler de takip etmek durumunda kalıyor.

Diğer sektörlerle kıyaslandığında hizmet sektörü yeni iş modelleri hayata geçirmede daha avantajlı oluyor. Doğaları gereği, değişime ve taze fikirlere daha açık olan profesyonel hizmet firmaları değişime hızla adapte olabiliyor.

Uzmanlar profesyonel hizmet sektörünün bu denli yeniliğe açık olmasını sahip olduğu çeşitliliğe de bağlıyor. Hizmet sektöründe özellikle kadın çalışan oranı ve kadınların sektörde sesini duyurabilme imkânı, diğer sektörlerle kıyasla çok daha önde!

Amansız rekabet ortamında inovasyonu iş stratejisinden ayırmayan ve doğru işe yerleştirmelerde bulunan CEO'lar başarının kapılarını açıyor. Başarılı bir inovasyon saydam bir yönetim ve katı bir idare gerektiriyor.

Dijital çağda şirket verimliliğine CEO'lar rehberlik ediyor. Başarılı liderler; karlılık raporlamasını iyileştirmek için finansal süreçlerde standardı koruyarak merkezîleştiriyor. Kaynaklara verimli bir şekilde erişmek için sistemler ve süreçler oluşturuyor. Yetenek yönetimi için cesur girişimlerde bulunuyor.

Sevgi ve ışığın birlikteliği sizlerle olsun,



AĞIR YÜKLERİN RAFI DA BÜYÜK OLUR SORUMLULUĞU DA!

Yüksek teknolojiyi seri üretim hattı ile geniş bir makine parkuruna sahip olan Gökçelik Depo Sistemleri, Endüstri 4.0 hedefiyle çıktığı yolda otomasyon ve bilgi işlem teknolojileriyle çözüm üretmeye devam ediyor.



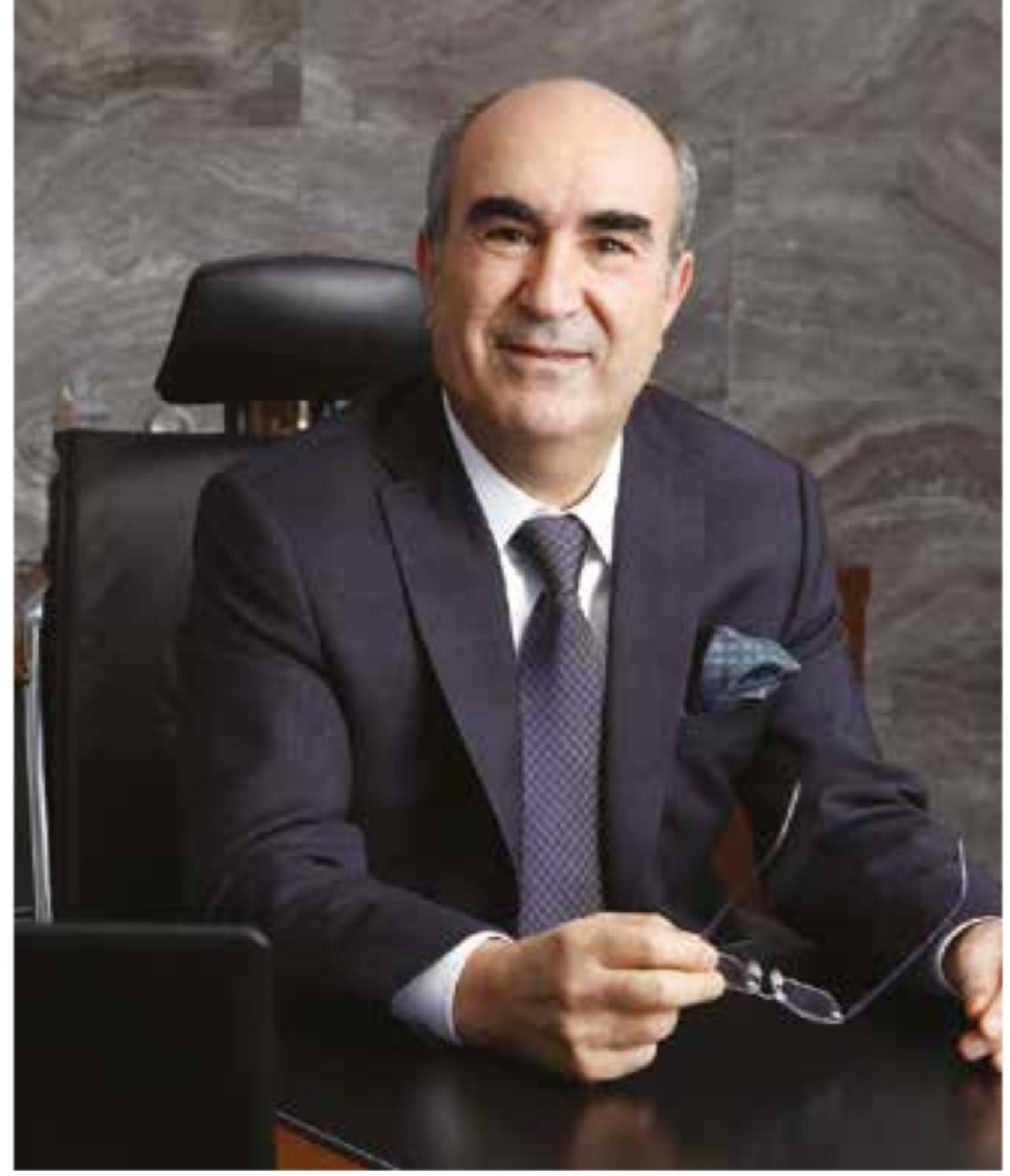
BATI ANADOLU GRUBU 97 MİLYON TL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK YATIRIMI YAPTI!



Batı Anadolu Grubu İcra Kurulu Üyesi Feyyaz Ünal, sürdürülebilirlik için Batıçim ve Batısöke çimento fabrikalarında çevre ve enerji verimliliği alanlarında yaptıkları yatırımları değerlendirdi. Torbalı filtre dönüşümünü gerçekleştirdiklerini belirten Ünal, elektrik tüketimlerinin yüzde 30'unu da ısı dönüşümünden sağladıklarını söyledi. Ünal, küresel iklim değişikliğine karşı borlu çimento üretim ve kullanımının önemine de dikkat çekti. Batı Anadolu Grubu, sürdürülebilir büyüme ilkesi çerçevesinde Batıçim ve Batısöke çimento fabrikalarında çevre ve enerji verimliliği projelerine 5 yılda toplam 97mioTL yatırım gerçekleştirildi. Devreye alınan çevre ve enerji verimliliği projeleri sayesinde toplam yılda 41 bin ton karbon emisyonu önlenerek 65.300 ağacın sağladığı oksijen miktarı kadar çevreye katkı sağlandı.

Gelecek nesillerden sorumlu bireyler olarak yaşanabilir bir dünya miras bırakmanın sorumlulukları olduğunu vurgulayan Batı Anadolu Grubu İcra Kurulu Üyesi Feyyaz Ünal şunları ifade etti: "Çimento sektörü, enerji verimliliği projeleri ve atık yönetiminde üstlendiği rolle geçmişte oluşan çevresel etkisi yüksek bir endüstri olma algısını yıkarak bugün sürdürülebilir kalkınmanın yaygınlaştırılmasında kent yönetimlerinin ve diğer endüstrilerin çözüm ortağı konumuna gelmiştir. Biz de Batı Anadolu Grubu olarak bu alandaki yatırımlarımızı sürekli geliştiriyoruz. Fabrikamızdan çıkan tüm emisyonları, gaz analiz cihazıyla sürekli ölçüyor ve anlık olarak internet üzerinden Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na gönderiyoruz. Böylece faaliyetlerimizi 7/24 denetime açmış olduk. Bu uygulamanın tüm sektörler ve şirketler tarafından sahiplenilmesi gerektiğine inanıyoruz."

2017 YILINDA YÜZDE 30 BÜYÜME KAYDETTİ!



Türkiye'de ve yurt dışında çeşitli ödüllere layık görülen ofis mobilyası üreticisi Bürotime, döviz kurundaki dalgalanmalardan etkilenmeden, 2017 yılında yüzde 30'luk bir büyüme kaydettiğini açıkladı.

Ofis mobilyası sektörünün öncü markalarından Bürotime, 2017 yılında yüzde 30'luk bir büyüme kaydettiğini açıkladı. Sektörde önemli bir pazar payı olan lider üretici, yurt dışı ağını da genişleterek, 3 farklı ülkede daha faaliyet göstermeye başladı. 2017 yılında ekonomi üzerinde baskı yaratan döviz dalgalanmalarından etkilenmediklerini belirten Bürotime Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Tosunoğlu, başarılarını çalışanlarına, fabrikaya ve teknolojiye yaptıkları yatırımlara borçlu olduklarını ifade etti.

Bürotime Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Tosunoğlu, başarının tabandan tavana yayıldığını ve eğer çalışanlar mutlu ise şirketin de gelişeceğine inandıklarını vurguluyor. "2017 yılında ilk olarak, revize yatırım kararı aldık. 5-10 milyon lira arası bir bütçe ile tesislerimizde yeniden yapılanma sürecine girdik. Ayrıca ihtiyaca göre ilave kadrolar oluşturduk ve istihdamımızı yüzde 20 oranında artırdık. İstihdamımızı artırırken, iş modellerimizi de gözden geçirdik. Akıllı iş yapmanın ve işe akıl katmanın gerekliliğine vurgu yaparak, sloganımızı 'Başarı İçin Değer' olarak değiştirdik" açıklamasında bulundu. Tosunoğlu, "2017'de satış, pazarlama, üretim ve organizasyonel yapı tekrar gözden geçirildi. Kurguladığımız özgün iş modeli, nitelikli personel ve doğru yapılanmanın başarımızın sırrı olduğunu söyleyebiliriz" dedi.

GÜBRETAS, 2018 İÇİN BÜYÜK HEDEFLER BELİRLLEDİ!



66 yıldır sektörünün lideri ve tarımın öncü şirketlerden biri olan GÜBRETAS, 2017 yılında ulaştığı yeni rekorlar ve 2018 yılı hedefleriyle istikrarlı büyümesini devam ettiriyor.

6 Kasım 1952'de tarımda verimliliği artırmak amacıyla sektörün ilk şirketi olarak kurulan GÜBRETAS, özellikle son 15 yılda yakaladığı büyüme çizgisiyle Türkiye'nin en hızlı büyüyen şirketleri arasında yer alıyor.

Yurtiçi ve yurtdışı tesis yatırımlarının yanı sıra sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalarıyla da sektörde öncü rolünü güçlendiren GÜBRETAS, 2017 yılını rekorlarla dolu başarılı bir performansla tamamlarken 2018 yılı için de operasyonel ve finansal alandaki hedeflerini yükseltti.

Şirketin 2017 yılsonu operasyonel sonuçları ve KAP'ta açıkladığı 2018 bütçe hedefleriyle ilgili bir değerlendirme yapan GÜBRETAS Genel Müdürü İbrahim Yumaklı, "Tarım sektörü ve şirketimiz açısından oldukça bereketli bir yılı geride bıraktık. Türkiye ekonomisindeki büyüme performansı, Milli Tarım Projesi'nin uygulanmaya başladığı 2017 yılında iklim koşullarının da elverişli gitmesiyle tarıma yansıdı. Tahıllarda ve diğer bitkisel ürünlerde %4,4, meyvelerde ise % 9,7 artış verileri son derece sevindirici."

Bitkisel üretimdeki bu artışın, gübre sektörüne de pozitif olarak yansıdığını belirten Yumaklı, bu konuda şunları söyledi: "Son 10 yıllık ortalamaya bakıldığında ülkemizde 5,5 milyon ton civarında bir gübre tüketimi olduğu görülmektedir. Tarım Bakanlığı verilerine göre 2017'nin ilk 9 ayında 4,8 milyon ton katı gübre tüketimi gerçekleşti. Saha izlenimlerimize göre 2017 yılsonu tüketiminin 6 milyon ton civarında tamamlandığını tahmin ediyoruz."

TEKSÜT, İHRACAT YAPTIĞI ÜLKE SAYISINI 9'DAN 14'E ÇIKARDI!



Türkiye'nin en büyük süt ve süt ürünleri kuruluşlarından Teksüt, yeni yıla ihracatını arttırarak başladı. Ürün gönderdiği ülke sayısını 9'dan 14'e çıkaran Teksüt, 2017'nin ikinci yarısında eklenen Katar ve Ürdün'den sonra Suudi Arabistan, Somali ve Moritanya'ya da ihracat yapmaya başladı.

Türkiye'nin en köklü süt ve süt ürünleri kuruluşu olarak faaliyet gösteren Teksüt, ihracat açısından verimli bir yılı geride bıraktı. 2017'ye girerken ihracat ağına Tayvan'ı ekleyen ve ülke sayısını dokuzaya yükselten Teksüt, 2018'e girerken ülke sayısını yüzde 50 arttırarak 14'e çıkardı.

2017'nin ikinci yarısında Katar ve Ürdün eklenmişti. 2018 başı itibarıyla da Suudi Arabistan, Somali ve Moritanya, Teksüt'ün ihracat haritasına dahil oldu. Teksüt'ün ihracat haritası böylece şu ülkelere oluştu: Amerika Birleşik Devletleri, Tayvan, Kosova, Libya, Kuveyt, Irak, Birleşik Arap Emirlikleri, Azerbaycan, Türkmenistan, Katar, Ürdün, Suudi Arabistan, Somali ve Moritanya.

Bu ülkelere başta beyaz peynir olmak üzere kaşar, krem, labne, lor ve sürülebilir beyaz peynir, koyun peyniri, süzme peynir, çubuk, misket, hellim, tulum peyniri ve tereyağı gibi en az 15 çeşit süt ürünü ihraç ediliyor. "Ülke sayısı ile birlikte bu ülkelerdeki hacmimizi de arttırmak istiyoruz" açıklamasını yapan Teksüt Yönetim Kurulu Başkanı Cevdet Arınık, "İlk aşamada ciromuzun en az yüzde 10'unu ihracattan elde etmeyi hedefliyoruz" dedi.

Ortadoğu ve Kuzey Afrika coğrafyasında Türkiye açısından önemli fırsatların bulunduğu dikkat çeken Arınık, "Bölge karışık gibi görünmekle birlikte buradaki ülkelere yoğun nüfus ve kaliteli ürünlere yönelik bir arayış söz konusu. Dolayısıyla Teksüt olarak 2017'de bu bölgelere yoğunlaştık ve yoğunlaşmaya devam edeceğiz" bilgisini paylaştı.

MAKİNECİLERİN 2018 İHRACAT HEDEFİ 17 MİLYAR DOLAR!



Makine sektörünün 2017 yılı toplam ihracatı 15 milyar dolara yaklaştı. Son çeyrekte piyasa beklentilerinin üzerine çıkan sanayi üretim artışına dikkat çeken Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Dalgakıran, "Makine-teçhizat yatırımlarındaki artış sanayi rakamlarımıza, sanayideki üretim artışı da Türkiye'nin toplam ihracatına olumlu yansıdı. Yeni yılda yaklaşık yüzde 15 artışla 17 milyar dolar düzeyinde makine ihracatı hedefliyoruz" dedi.

2017 yılını yüzde 10,7 ihracat artışıyla geride bırakan makine sektörünün toplam ihracatı 14,9 milyar dolar oldu. Dünya makine ihracatının yüzde 22 gerilediği 2009 krizi sonrasındaki dönemi en iyi ülkemizin değerlendirdiğinin altını çizen Dalgakıran, dünya makine ihracatının toplam yüzde 3 artabildiği son 7 yılda Türkiye'nin Makinecilerinin yüzde 40 artış yakaladığını ve yeni yıl hedeflerinin yaklaşık yüzde 15 artışla 17 milyar dolar olduğunu belirterek şunları söyledi: "Bu yıl ihracat pazarlarımızda önemli bir açılım yaptık.

Brexit kararı ve Katalonya krizi gibi pek çok sorunun hâkim olduğu Avrupa genelinde ciddi bir ihracat artışı sağladık. Rusya'ya yaptığımız makine ihracatı yüzde 54 arttı. Dünya genelinde Türk makinelerine ilgi artarken, yerli sanayicimiz de boş durmadı. Türkiye ekonomisinin üçüncü çeyrekteki yüzde 11,1'lik büyüme başarısında makine-teçhizat yatırımlarındaki yüzde 15,3'lük artış ile makine imalatındaki takvim etkisinden arındırılmış yıllık yüzde 16 üretim artışının büyük bir etkisi var. Neticede yatırımların sanayideki üretim artışına yansıdığını, Türkiye'nin ihracat artışında makine sektörünün kritik bir rol oynadığını görüyoruz."

Makine İhracatçıları Birliği olarak bu yıl katıldıkları tüm fuarlarda ve toplantılarda Türk makine sektörünü başarıyla temsil ettiklerini dile getiren Dalgakıran, yürüttükleri faaliyetlerle ihracatçı firmalara yol gösterici olmaya çalıştıklarını belirterek şunları söyledi: "İhracatçılarımızı uluslararası rekabette güçlü kılacak iş bağlantıları oluşturmaya çalışıyoruz. Geçtiğimiz yıl da düzenlediğimiz organizasyonlarla Tayland'dan Tanzanya'ya kadar pek çok ülke yetkilisini Türkiye'de ağırladık, İran'dan Polonya'ya kadar birçok ülkeye sektörel ticaret heyetleri düzenleyerek veya fuarlarda tanıtım kampanyaları gerçekleştirerek yurt dışında sektörümüzü temsil ettik."

Yeni yıl itibarıyla Çin vizesi başvurularında online sisteme geçildiğini ifade eden Dalgakıran sözlerini şöyle tamamladı: "Çin ile yapılan anlaşmaya göre, üye firmalarımızın ticari vize başvurularında davet mektubu talep edilmeyecek, Çin'de bulunan bir firmadan temin edecekleri davet mektubu üyelerimizin vize almaları için yeterli olacak. Çin dünyanın en büyük makine ihracatçılarından biri ama toplam ithalatı içinde makineler çok önemli bir yer tutuyor. Pazar çeşitliğimizi artırmak ve ihracatta sürekli yükselttiğimiz çitayı daha yukarı taşımak için çalışmalar yürütmeye devam edeceğiz. Bu noktada Uzak Doğu ülkelerinin çoğunda makinelerimize yüzde 30 civarında vergiler uygulandığını, oysa onların makinelerinin ihmal edilebilir düzeyde gümrük vergileriyle ithal edildiklerini vurgulamak isterim. Dünya makine pazarının üçte birini oluşturan bu ülkelere yüksek vergiler nedeniyle henüz ciddi bir satış yapamadığımız dikkate alınırsa, makinecilerimizin ihracattaki başarısı daha çarpıcı hale gelecektir."

MOSDER Yönetim Kurulu Başkanı Nuri Öztaşkın

MOBİLYA SEKTÖRÜ 2018'DE İHRACAT ODAKLI BÜYÜYECEK!



Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER) Yönetim Kurulu Başkanı Nuri Öztaşkın, mobilya sektörünün 2018 yılı beklentilerini ve hedef pazarlarını açıkladı.

2017 senesinin mobilya sektörü açısından oldukça verimli geçtiğini belirten Öztaşkın, devlet politikaları sayesinde kayıt dışı üretimin önemli ölçüde azaldığını ve istihdamın arttığını ifade etti. 2018 yılında da ihracat odaklı büyüme stratejisiyle hareket ederek ihracat rakamını en az 3 milyar dolara çıkaracaklarını söyledi.

Türkiye mobilya sektörünün çatı kuruluşu olan Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER) Yönetim Kurulu Başkanı Öztaşkın, Mobilya sektörünün Türkiye'nin 2023 yılındaki 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmasında stratejik bir öneme sahip olduğunu ve sektörün ihracat odaklı büyümesini sürdüreceğini söyledi. Öztaşkın; "Ekonomi Bakanlığı'nın açıklamalarına göre 2017'de bir önceki yıla göre Türkiye'nin ihracatı yüzde 10,22 artışla 157,1 milyar dolara ulaştı. Mobilya sektörü açısından ise ihracat rakamları geçen yıla oranla yüzde 8'lik bir artış göstererek 2017 yılında yaklaşık 2,7 milyar dolar olarak kaydedildi." dedi.

MOSDER'in farklı coğrafyalara ulaşarak Türkiye mobilya sektörünü tanıttığını ve sektörün geleceği için yoğun çalışmalar gerçekleştirdiğini belirten Öztaşkın; "Yoğun çalışmaların neticesinde 2017 yılında yaklaşık 170 ülkeye ihracat yaptık. İhracat odaklı büyümeyi sürdürerek 2018 yılında en az 3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Mevcut ilişkilerimizin yanı sıra yeni rotalar belirleyerek sürdürülebilir bir büyüme grafiğine ulaşmalıyız" dedi. 500 bin kişiyi istihdam eden mobilya sektörünün yüzde 95 yerli üretim gerçekleştirdiğinin altını çizen Öztaşkın; cari açık vermeyen nadir sektörlerden biri olan mobilya sektörünü 5 yıl içerisinde dünyanın ilk 5 mobilya ihracatçı ülkesi arasına sokabilmek için çalıştıklarını söyledi.

2017 yılında hayata geçirilen KDV düzenlemesiyle mobilya sektörünün büyük bir ivme kazandığını ifade eden Öztaşkın konuyla ilgili olarak "Yaklaşık 8 ay süren indirim, mobilya sektöründe var olan tüm branşları olumlu etkiledi. Sektördeki ticaret indirimle birlikte %40 oranında artış gösterdi. KDV düzenlemesiyle birlikte ertelenmiş mobilya talepleri doğrultusunda sektörümüz hareketlendi. KDV indirimi sayesinde sektör, ülke istihdamına da katkı sağladı. Yaklaşık 500 bin kişiye iş olanağı sağlayan sektörde ilave 100 bin kişilik bir istihdam daha oluştu. 2018 yılında da KDV indiriminin devam etmesini ümit ediyoruz" dedi.

TARIM VE GIDADA İTHALAT, KISA VADELİ DÜŞÜNÜLMELİ!



2017 yılında gündemden düşmeyen, son olarak Fransa'dan et ithalatı ile yeniden alevlenen ithalat tartışmalarını değerlendiren TGDF Başkanı Şemsi Kopuz, arz açığı olan ürünlerde fiyat istikrarı için ithalat yapılmasının kısa vadede yararlı olacağını, ancak uzun vadede üretime zarar vereceğini söyledi. Kopuz, 1 Ocak itibarıyla bazı içecekler için yürürlüğe giren ÖTV uygulamasının ise gıda enflasyonu ile mücadele kararlılığıyla çeliştiğini kaydetti.

Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu (TGDF) Başkanı Şemsi Kopuz, tarım ve gıda sektörü açısından 2017 yılını değerlendirdi, 2018 yılına ilişkin beklentilerini dile getirdi.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından açıklanan 2017 Yılı Üçüncü Çeyrek Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) verilerine göre, Türkiye ekonomisi üçüncü çeyrekte %11,1 oranıyla dünyada en yüksek büyümeye imza atarken, aynı dönemde en düşük büyümenin %2,8 ile tarım sektöründe gerçekleştiğine dikkat çeken Kopuz, "Tarım sektörü yılın 9 aylık döneminde ise %3,3 büyüme gösterirken, tarımsal hasıla da, geçen yılın aynı dönemine göre %14 artışla 137 milyar TL olarak gerçekleşti" bilgisini paylaştı.

Yıllardır dış ticarete fazla veren sektörlerin başında gelen Türkiye Gıda Sektörü, bu özelliğini 2017 yılında da sürdürdüğünü vurgulayan TGDF Başkanı Kopuz, TÜİK ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı işbirliğiyle oluşturulan geçici dış ticaret verilerine göre; 2017 yılının 10 ayında gıda ve içecek ihracatının 8 milyar 715 milyon dolara

ulaşırken, ithalat tutarının 3 milyar 942 milyon 971 bin dolar olduğuna işaret etti. Kopuz, "Gıda ve içecek sanayi, 2017'nin Ocak-Ekim döneminde, 4 milyar 772 milyon 419 dolar dış ticaret fazlası verdi" diye konuştu.

2017 yılında çok tartışılan uygulamaların başında bazı tarım ve gıda ürünleri ithalatında gümrük vergilerinin düşürülmesi ya da sıfırlanmasının geldiğini belirten Kopuz, şunları söyledi: "Tarım ürünleri ve gıda fiyatlarındaki dalgalanmaların enflasyona etkisi konusundaki tartışmalara, geçen yıl

alınan ithalat kararları da eklendi. Gıda Komitesi kararları doğrultusunda tarımsal üretim açığı olan ürünlerde fiyat artışlarının önüne geçmek amacıyla gümrük vergilerinin düşürülmesi ya da sıfırlanması yoluyla ithalat kolaylaştırıldı. Çeşitli tarihlerde yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararları ile canlı hayvan, kırmızı et, tahıl, bakliyat ile hayvan yemleri ithalatında gümrük vergileri düşürüldü ya da sıfırlandı. TMO hububatta, Et ve Süt Kurumu da canlı hayvan ve kırmızı ette gümrüksüz ithalat için yetkilendirildi. Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, gümrük vergisinde indirimle gidilen ürünlerde Ocak-Eylül döneminde 1.18 milyar dolar tutarında, 4.9 milyon ton gıda ürünü ithal edildi. İthalatın miktar bazında yüzde 80'i, değer bazında ise yüzde 69'u dahilde işleme rejimi kapsamında gerçekleşti. İç piyasada tüketilmek üzere ithal edilen 963 bin ton ürünün parasal tutarı ise 368,7 milyon dolar oldu. Fiyatlarda istikrar için tarım ve gıda ürünlerinde ithalat, kısa vadeli bir çözüm olarak düşünülmelidir. Uzun vadede ise ithalata dayalı politikalar, çiftçimizin yaptığı tarımsal üretime ve bu ürünleri hammadde olarak kullanan gıda sanayinin aleyhine sonuçlar doğurur. Temennimiz, arz açığı olan ürünlerde üretim artışı sağlanması ve ithalata son verilmesidir."



**TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİİ
DERNEKLERİ FEDERASYONU**

FEDERATION OF FOOD & DRINK INDUSTRY ASSOCIATIONS OF TURKEY

TÜRK HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ İÇİN AB İSTİKRAR, ABD PAZARI AÇILIM DEMEK!



Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) 21. Olağan Genel Kurulu sonrası Yönetim Kurulu Başkanı seçilen Hadi Karasu, görevi devraldıktan hemen sonra Türk hazır giyimin hak ettiği noktaya gelmesi için gerekenleri öncelik sırasına koyarak hükümete çağrıda bulundu: TGSD Başkanı Karasu, "AB'nin ithalat yaptığı ülkeler arasındaki yerimiz 2.likten 3.lüğe gerilemiş durumda. Türk siyasi otoritesini, Türk hazır giyim üreticisini yönlendirecek, markalaştıracak ve destekleyecek yeni projeler için birlikte çalışmaya davet ediyoruz. AB gözünde Pakistan ve Bangladeş'le denklik Türkiye için büyük tehdittir" dedi.

En önemli pazarın AB ülkeleri olduğunun altını çizen Karasu, "Hazır giyim ihracatımızın yüzde 74'ünü AB üye ülkelere yapıyoruz. AB'deki konumumuzu korumak bizim için çok önemli. Başta Almanya olmak üzere Avrupa ülkeleri ile yakın temasların artırılması 2018 hedeflerimiz içinde öncelikli olarak yer almaktadır. Bunun yanı sıra ABD pazarı bizim için önemli bir hedef olmalıdır. Bu pazara girmek rakamsal açıdan büyük bir açılım sağlar" dedi. Karasu şöyle devam etti: "AB'nin ithalat yaptığı ülkeler arasındaki yerimizi 2.likten 3.lüğe kaybetmiş durumdayız. Çin ve Bangladeş'in gerisinde yaklaşık %7-8 oranında bir tedarik sağlamaktayız. Bangladeş ve Pakistan ucuz iş gücü ülkeleri olarak konumlanmakta, AB ve ABD tarafından teşvik edilip desteklenmektedir. Biz de devletimizle üzerinde çalıştığımız projelerimizi paylaşacağız. Türk hazır giyim sektörümüzün doğru stratejilerle, yeni teknolojileri kullanarak, katma değeri daha yüksek markalı ve teknik ürün ihracatını büyütebilmesi için yol gösterici ve yol açıcı olacağız."

"2018 hedefimiz markalı büyüme"

2017 yılında hazır giyim sektörünün reel olarak yüzde 2 büyüme gösterdiğine vurgu yapan TGSD Başkanı Hadi Karasu "2017 yılında ihracatta değişim olmamıştır. Hazır giyim sektörü 2017'de yaklaşık 40 milyar dolar değerinde üretim gerçekleştirdi. Bu hacmin 17 milyar dolarlık bölümünü ihraç etti. Markalı ihracatta kilogram başına 40-50 Dolar değerine ulaşılabilirken, markasız ürünlerde kilogram başına 20 Dolar seviyesindeyiz. Markalı ihracat sayesinde gelirin iki ila üç kat artırılabilmesi mümkünken tüm gücümüzle markalı ihracatı büyütme hedefine odaklanmalıyız."

Sektördeki büyümenin 2017 yılında sadece reel olarak yüzde 4 büyüyen iç pazardan kaynaklandığını belirten Karasu, şunları ekledi: "2018 yılında hazır giyim sektörü reel olarak yüzde 3-4 arasında büyüme gösterecektir. 2018 yılında ihracatın yeniden artarak büyümeye katkı göstereceği öngörülmektedir. Bundan sonra firmalarımızın hangilerinin Çin gibi ölçek hangilerinin İtalya gibi moda ve hangilerinin Almanya-Hollanda gibi teknik ürüne yöneleceğine karar vermesi gerekiyor. İç pazarda da reel olarak yüzde 5-6 arasında büyüme yaşanacaktır. Sanayi üretimi de yüzde 3-4 arasında bir büyümeye ulaşacaktır".

SEKTÖR 2018'DE VERİMLİLİĞE ODAKLANACAK!



Türkiye Perakendeciler Federasyonu (TPF), gıda sektörünün uluslararası buluşma merkezi haline gelen ANFAŞ Food Product'a 300'e yakın üyesi ile katıldı. TPF'nin 2018 yılı yol haritası belirlendiği organizasyonda Başkan Mustafa Altunbilek; "Bu yıl sektörümüzde verimlilik ön planda olacak. Pazardaki aşırı rekabet, sektörde pastayı küçültmekle kalmadı; karlılığı düşürdü. Sektör zor bir süreçte doğru sürüklendi. Yerel zincirler olarak 2017'yi yüzde 12 büyümeye ile kapattık. 2018 yılı hedefimiz yüzde 15 büyümek" dedi.

Perakende sektörünün önemli ve büyük çatı örgütü konumunda olan TPF, bu yıl 25'inci kez kapılarını aralayan ANFAŞ Uluslararası Food Product'a çıkarma yaptı. Perakende sektörünün büyümesi ve gelişmesi için çalışmalarını sürdüren TPF, Türkiye'nin dört bir yanından ve Avrupa Türk Perakendeciler Birliği'nden toplam 300'e yakın üyesi ile organizasyona katıldı.

Sektörün en kapsamlı gıda ve içecek fuarı olmasının

yanı sıra ülkeler arasındaki ticaret hacmini de güçlendirmeyi hedefleyen ANFAŞ Uluslararası Food Product'ta TPF üyeleri, düzenlenen fuar turu kapsamında Başkan Mustafa Altunbilek önderliğinde katılımcı firmalarla görüşmeler gerçekleştirdi. Turun ardından ANFAŞ Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bıdı ile bir araya gelen TPF heyeti, fuarın dördüncü gününde perakende sektörünü değerlendirerek, 2018'in yol haritasını üye kampında belirendi.

FoodProduct'ta TPF heyetinin yoğun bir ilgi ile karşılandığını, verimli görüşmelerin gerçekleştirildiğini, organizasyonu düzenleyen ANFAŞ Fuarcılık Yönetim Kurulu başka olmak üzere fuar organizasyonunda emeği geçen herkese teşekkür eden TPF Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Altunbilek; "Türkiye'nin dört bir yanından ve Avrupa'nın farklı ülkelerinden geniş bir katılımcı heyeti ile organizasyonu takip ettik. Fuarların sektörümüze katkıları göz ardı edilemez. Hepimizin ortak noktası müşteri memnuniyeti. Tüm tarafların

hedeflerine ulaşabilmesi, sürdürülebilir büyüme elde edebilmesi için iş birliklerini artırmalı, var olan ilişkilerimizi güçlendirmeliyiz. ANFAŞ önderliğinde organize edilen organizasyonda tüm katılımcı markaların yanındayız. Biz bir zincirin halkaları gibiyiz. Gün birlik ve beraberlik günü. TPF olarak 2019 yılında da 30'uncu FoodProduct'a katılacağız" dedi.

Organizasyonla eş zamanlı olarak düzenlenen TPF üye kampında toplam market grupları içerisinde istihdam payını yüzde 40'a, satış payını yüzde 35,3'e, toplam gıdadaki satış payını ise yüzde 9,8'e çıkaran TPF üyeleri, zorlu geçen 2017 yılını değerlendirerek, sektör sorunlarını masaya yatırıp; 2018 yılı hedefleri belirlendi. Üye kampının açılış konuşmasında son 2 yıldır gıda perakendesinin önemli bir sınav verdiğini belirten Mustafa Altunbilek şöyle konuştu; "2017, sektörümüz açısından birçok gündemin tartışıldığı, rekabetin daha da zorlaştığı bir yıl olarak hafızalarda yer edindi. Jeopolitik olarak yaşanan gelişmeler sektörümüzü etkiledi. Plastik poşet kullanımı, hal yasası, perakende yasası ve son olarak da ucuz et en çok konuştuğumuz, tartıştığımız gündem maddeleri oldu. En son yaşadığımız et konusunda satışlarımızın önemli ölçüde etkilenmesi bir yana, 3 bin 500 satış noktası bulunan federasyonumuzun üvey evlat konumuna düşmesi hepimizi üzdü. Yıl geneline baktığımızda ise sektörde yaşanan aşırı rekabet karlılıkları düşürdü, sektörü zor bir süreçte doğru sürükledi. Marketçilik zor günler yaşıyor. Evet rekabet tüm sektörler için güzeldir. Ancak bizim sektörümüzde yaşanan, perakende yasasında var olan bazı eksik ayaklar nedeni ile işletme sahiplerini epey zorlamaya başladı. Hacmin küçülmesi, marketlerin küçülmesine, market birleşmelerine ya da işletme sahibinin sektörden çekilmesine neden oluyor. 2018'de bu alanda hükümetimizin önemli adımlar atmasını beklemekteyiz."

Yerel zincirlerin ulusal ve indirim marketleri karşısında yaşanan rekabete rağmen büyük fotoğrafa odaklanarak, tüketici ve iş ortakları çıkarlarını gözetken yaklaşımı ile büyümesini sürdürdüğünü kaydeden Altunbilek; "Biz yan yana market açarak ya da 'nerede o eski günler?' demek yerine çalışmaya, Türkiye'de değer yaratmaya odaklandık. Zor bir yıl olmasına rağmen 30 milyar TL'yi aşkın ciroya ulaştık. Toplam market grupları içerisinde istihdam payımız yüzde 40'a, satış payımız yüzde 35,3'e, toplam gıdadaki yerellerin satış payı ise yüzde 9,8'e ulaştı. 2018'de de



TÜRKİYE
PERAKENDECİLER
FEDERASYONU



tüm çalışanlarımızın aynı seviyede hizmet verebilmeleri, güçlü donanıma sahip olabilmeleri için tabiri yerindeyse Türkiye'yi karış karış dolaşacağız. Yeni teknolojilere yatırım yapacağız. Üyelerimize, çalışanlarımıza, üreticimize, tedarikçimize, iş ortaklarımıza, marketlerimizden alışveriş yapan müşterilerimize değer yaratmak için çalışacağız. 2018 yılı hedeflerimiz ciroda yüzde 15 büyümek" dedi.

Üye kampında değişen tüketici davranışları ve alışveriş trendleri konusuna da değinen Mustafa Altunbilek; "Ekonomik gelişmeler, yaşanan dönüşüm, e-ticaret sektörünün güçlenmesi karşısında yeni adımlar atmalıyız. Uzun vadede karlılıkların korunması zor. Rekabet bugünden daha da zorlaşacak. Atacağımız adımlarda sayısal büyümeye değil, verimliliğe, iyi hizmete ve yenilenmeye odaklanacağız. Sahip olabildiğimiz, ölçebildiğimiz, matematiğini

yapabildiğimiz, karlılığını görebildiğimiz mağazalar bizim. Bu yıl marketlerinde verimliliğe odaklananlar, karını yönetebilecek" açıklamasını yaptı. Yerel zincirlerin büyük buluşmasında Communication Partner Kurucu Ortağı Ufuk Çarşıbaşı ise katılımcılarla

değişen tüketici trendleri, perakende iletişimde yerellik algısını paylaştı.

2018, EKONOMİDE NORMALLEŞMENİN YILI OLACAK!

Gedik Yatırım, Türkiye’de ve dünyada piyasaları mercek altına alan 2018 Strateji Raporu’nu açıkladı. Rapora göre, yeni yılda Türkiye’nin büyümesi güçlü seviyelerde sürerken, ekstra önlemlere duyulan ihtiyaç da azalacak. Bu da ülke ekonomisi için normalleşme dönemini başlatacak.



Raporun tanıtıldığı toplantıda söz alan CEO Onur Topaç, önümüzdeki üç yıllık dönemde 15 milyon TL’lik teknoloji ve altyapı yatırımı yapacaklarını belirtti. Genel Müdür Metin Ayışık, “Önemli bir negatif şokla karşılaşmadığı takdirde, TL varlıkların 2018 yılında da taşıdığı potansiyel ile cazibesini korumaya devam etmeleri bekleniyor” dedi. Yatırım Danışmanlığı Müdürü Üzeyir Doğan ise, Türkiye ekonomisinin negatif şoklara karşın ne denli dirençli olduğunu 2017 yılında kanıtladığını söyledi.

Gedik Yatırım, Türkiye’nin ve küresel piyasaların ekonomik görünümünün yanı sıra beklenti, risk ve tahminlerin kapsamlı bir şekilde değerlendirildiği 2018 Strateji Raporu’nu açıkladı. “Yeni normalin ilk sonuçlarını görme vakti” başlıklı raporda, 2018 yılının Türkiye’de büyümenin güçlü olarak tanımlanabilecek seviyelerde gerçekleşeceği bir yıl olacağına vurgu yapılarak, ekstra önlemlere duyulan ihtiyacın azaldığına ve Türkiye ekonomisi için normalleşme döneminin başladığına dikkat çekildi.

Teknolojiye yatırım sürecekt!

Banka kökenli olmayan yatırım kuruluşları arasında en fazla yatırımcıya sahip kuruluşun Gedik Yatırım olduğunu anımsatan CEO Onur Topaç, gelecek dönem hedeflerine ilişkin bilgi verdi. “Önümüzdeki üç yıl içinde şube sayımızı yüzde 50, çalışan sayımızı ise yüzde 30 oranında artırmayı hedefliyoruz” diye konuşan Topaç, “Teknolojik altyapı ve şube yatırımı anlamında ise yine aynı dönemde yaklaşık 15 milyon TL’lik hedefimiz var. Teknoloji ve inovasyon her zaman önceliklerimiz arasında yer aldı. Bu doğrultuda, ‘Türkiye’nin yeni nesil yatırım platformu’ olarak adlandırdığımız Gedik Trader’a yatırım yapmayı sürdüreceğiz. Sadece Gedik Yatırım’da hesabı bulunanların değil, mobil cihaz sahibi herkesin kullanabileceği bir platform olan Gedik Trader, ilk senesinde 30.000’in üzerinde kişiye ulaşmış durumda.

Bu sayının önümüzdeki iki yıl içinde 100 bin kişiye ulaşacağını düşünüyoruz” dedi.

Onur Topaç sözlerini şöyle sürdürdü: “Önümüzdeki süreçte İstanbul Finans merkezi ve Varlık Fonu’nun da gerçek anlamda aktif hale gelmesiyle birlikte, sermaye piyasalarında ciddi bir hareketlilik olmasını bekliyoruz. 2018 yılında en önemli beklentimiz, halka arz hareketliliği ile birlikte uzun zamandır beklenen yatırımcı sayısında yaşanacak artış. 2018 yılından yeni ürün olarak en önemli beklentimiz ise kitle fonlaması tebliğinin işlev kazanması. Bu tür yenilikçi ürünlerin piyasaların gelişimine ciddi katkıda bulunacağına inanıyoruz.”

“Sermaye piyasaları büyümesi gereken bir kanal”

Gedik Yatırım Genel Müdür Metin Ayışık ise 2018 Strateji Raporu’nu yatırımcılara rehberlik edecek bir kaynak olarak gördüklerini ifade etti: “Bizimle çalışan ya da çalışmayan tüm yatırımcılara yol göstermek ve yatırımlarını sağlıklı bir şekilde gerçekleştirmelerini sağlamak bizim için büyük bir sorumluluk. Çünkü sermaye piyasaları, ülkemizin finansmana erişim için büyümek zorunda olduğu en önemli kanal. Hedeflerine emin adımlarla ilerleyen Türkiye’nin büyümesini sağlayacak başlıca kaynaklardan biri de sermaye piyasaları.”

Dünya ekonomisinin büyüme tarafında küresel krizden sonraki en güçlü toparlanmayı işaret ettiğine dikkat çeken Ayışık, “2018 yılında dünya büyüme performansında çok güçlü göstergeleri göreceğiz. Türkiye’nin en güçlü ekonomik göstergesi olan bütçe tarafında, genel bütçe disiplininin korunacağını düşünüyoruz. Önemli bir negatif şokla karşılaşmadığı takdirde, TL varlıkların 2018 yılında da taşıdığı potansiyel ile cazibesini korumaya devam etmelerini bekliyoruz” dedi.

Türkiye ekonomisi şoklara karşı direncini kanıtladı!

Rapora ilişkin bilgi veren Gedik Yatırım'ın Yatırım Danışmanlığı Müdürü Üzeyir Doğan, "Türkiye, 2017 yılında ilgili otoriteler tarafından ekonomi ve finansal piyasaları destekleme yönünde alınan yerinde önlemlerin katkısıyla, iktisadi faaliyette oldukça güçlü bir performans sergiledi. Bu durum, Türkiye ekonomisinin negatif şoklara karşın ne denli dirençli olduğunu en önemli göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilir. 2018 yılında, geçtiğimiz yıl elde edilen yüksek ekonomik büyüme rakamlarının yakalanmasının kolay olmayacağı düşüncesindeyiz ancak büyümenin bir miktar yumuşak iniş gösterse de güçlü olarak tanımlanabilecek seviyelerde gerçekleşeceğini değerlendiriyoruz. Türkiye ekonomisi açısından 2018'in bir dengelenme yılı olacağı ve genel iktisadi faaliyetteki olumlu seyrin korunacağı düşüncesindeyiz" dedi.

Gedik Yatırım 2018 Strateji Raporu'nda öne çıkan satırbaşları şöyle:

Piyasa tahminleri**BİST 100**

Düşük-yüksek 99,500 - 135,000
Kapanış 130,000

Dolar/TL

Düşük-yüksek 3,55 - 4,10
Ortalama 3,87
Kapanış 4,02

Gösterge Tahvil Faizi

Düşük-yüksek 11,80 - 14,34
Kapanış 12,8

10 Yıllık Devlet Tahvili Faizi

Düşük-yüksek 11,00 - 13,00
Kapanış 12,00

TCMB Ağırlıklı Ortalama Fonlama Faizi

Düşük-yüksek 11,00 - 14,25
Ortalama 12,8
Kapanış 12,0

Makroekonomik veri tahminleri**Ekonomik Büyüme**

GSYH (cari, milyar TL) 3,502
GSYH (cari, milyar dolar) 905
GSYH (zincirlenmiş hacim, yıllık yüzde değişim) 4,0
Kişi Başı GSYH (bin dolar) 11,171

Enflasyon

Yılsonu TÜFE (yıllık yüzde) 9,0
Ortalama TÜFE (yıllık yüzde) 9,8

Ödemeler Dengesi

Cari Denge (yılsonu, milyar dolar) -45,0
Cari Denge/GSYH (yılsonu, yüzde) -5,0

Merkezi Yönetim Bütçe Dengesi

Bütçe Dengesi (yılsonu, milyar TL) -70,0
Bütçe Dengesi/GSYH (yılsonu, yüzde) -2,0

İstihdam

İşsizlik Oranı (yıllık ortalama, yüzde) 10,3

Türkiye ekonomisi:

- 2018 yılı büyüme tahmini %4 seviyesinde.
- Normalleşme sürecine girilmesi ile birlikte, büyüme rakamlarından çok, büyümenin kalitesi ve sürdürülebilirliği daha ön planda olacak.
- Enflasyonun yılın ilk yarısında tek hanelere gerileme olasılığı bulursa da ağırlıklı olarak düşük çift haneli seviyelerde seyretmesi ve son çeyrek itibariyle de yeniden tek haneli seviyelere oturmaya başlaması bekleniyor.
- En büyük dış ticaret ortağımız olan Avrupa'daki toparlanmanın ve TL'nin bulunduğu seviyelerin getirdiği rekabet avantajının ihracatı destekleme potansiyeli sayesinde, cari denge/GSYH oranında ekstra bir bozulma olması beklenmiyor.
- Benzer ülkelere kıyasla, Türkiye'nin en güçlü ekonomik göstergesi olan bütçe tarafında, gelecek dönemler için belirlenen hedefler yakalanabilir durumda. Genel bütçe disiplininin korunacağı düşünülüyor.
- 2018 itibariyle baz etkisinin olumluya dönecek olmasıyla, enflasyon tarafında görülebilecek iyileşme eğilimi, tahvil piyasasını destekleyerek bankacılık sektörü açısından önemli bir katalizör işlevi görebilir. Bu durum, hisse senedinin yanı sıra diğer TL varlıklara olan ilgiyi de artırabilir.
- Önemli bir negatif şokla karşılaşmadığı takdirde, TL varlıklarının 2018 yılında da taşıdığı potansiyel ile cazibesini korumaya devam etmeleri bekleniyor.

Küresel ekonomi:

- Dünya ekonomisi, 2008'deki son küresel krizden bu yana en güçlü toparlanmayı işaret ediyor.
- Öyle ki küresel krizden bu yana en güçlü ekonomik büyüme performansı 2018'de yakalanabilir.
- Krizle birlikte dünya ekonomisinde yaşanan kırılmayla başlayan yeniden inşa süreci, 2017 sonu itibariyle önemli ölçüde tamamlanmış durumda.
- Hem oluşmakta olan "yeni normalin" getirdiği belirsizlikler hem de merkez bankalarının normalleşme adımlarıyla küresel olarak "düşük faiz – bol likidite" döneminin somut olarak sona ermekte olduğunu işaret etmesi, finansal piyasalar ve yatırımcılar açısından stres unsuru olarak algılanıyor.
- Ancak, mevcut ekonomik ve finansal göstergelerdeki eğilimler ile merkez bankalarına yönelik beklentileri göz önünde bulundurarak, önümüzdeki normalleşme sürecinin korkulanın aksine çok daha yumuşak bir geçişe sahne olması ve küresel finansal koşulların 2018 yılında da genel olarak destekleyici olmaya devam etmesi bekleniyor.

2018 STRATEJİSİ 'YIK VE BÜYÜ', İLERİ!

KPMG 2017 Küresel CEO Araştırması açıklandı. Hem dünyada hem Türkiye'de CEO'ların yıkarak gelen teknolojiyle ilgili stratejisi değişti. Araştırmaya katılan dev şirketlerin yöneticileri yıkıcı teknolojiyi artık tehdit değil fırsat olarak görüyor.



Türkiye'deki CEO'lar bu konuda daha cesur. Küresel ölçekte CEO'ların yüzde 74'ü, Türkiye'de ise yüzde 84'ü kendi sektörlerini yıkıma uğratıp yeni teknolojilerle büyümeyi hedefliyor. Türkiye'de CEO'ların gelecek 3 yılda ilk üç yatırım önceliği; inovasyon (%96), siber güvenlik (%92) ve istihdam (%84) olarak sıralanıyor.

KPMG'nin 3 yıldır gerçekleştirdiği ve bu yıl Türkiye'nin de yer aldığı Küresel CEO Araştırması, teknolojik fırtınada yol alan dünya devi şirketlerin değişen stratejilerini ortaya çıkardı. Araştırmanın sonuçlarına göre CEO'nun yeni yol haritasının başlığı; 'yık ve büyü'. Türkiye'de her dört CEO'dan üçü yıkıcı teknolojileri tehdit değil fırsat olarak görüyor ve hamleyi rakipten beklemek yerine hem sektörlerini hem şirketlerini yıkıma uğratacak planlar yapıyor.

Otomotiv, bankacılık, altyapı, sigorta, yatırım yönetimi, sağlık, üretim, perakende, teknoloji, enerji ve telekomünikasyon olmak üzere 11 kilit sektörde çalışan dünyada 1.261, Türkiye'de 25 CEO ile yapılan araştırmanın sonuçlarını KPMG Türkiye Başkanı Murat Alsan değerlendirdi. Alsan, geçen yılki CEO Araştırması'nı hatırlatarak "O araştırma bize gelecek üç yılın geçmiş 50 yıldan daha önemli olacağını söylüyordu. Dönüşüm için 'ya şimdi ya hiç' diyordu. Bu yıl jeopolitik belirsizliklerin de rol aldığı ortamda

CEO'ların bu durumu nasıl yönettiğini, işletmelerini büyütmek için hangi yollara başvurduğunu anlamak için yola çıktık," dedi.

Alsan, araştırmadan çıkan CEO'nun yeni stratejisini şöyle anlattı: "En dikkat çekici bulgu, CEO'ların yıkıcı teknolojilere yaklaşımı oldu. Hem küresel CEO'lar hem de Türkiye'deki CEO'ların yıkımı işletmeleri için tehdit değil fırsat olarak gördüklerini ve birinin gelip onları yıkıma uğratmasını beklemediklerini, bilakis kendilerinin aktif olarak hem sektörlerini hem de kendi işletmelerini yıkıma uğratmayı hedeflediklerini gördük. Özellikle Türk CEO'lar önümüzdeki 3 yıllık dönemde kendi sektörlerinde bir yıkım gerçekleşmesini bekliyor ve bu yıkımı gerçekleştirecek taraf olmak için tüm güçleriyle çalışıyorlar."

Teknoloji, istihdamı artıracak!

Murat Alsan, araştırmadan çıkan bir başka önemli sonucun CEO'ların yatırım ajandasıyla ilgili olduğunu söyledi. Küresel CEO'ların ağırlıklı olarak bilişsel teknolojilere, bilişsel otomasyona ve veri analitiği araçlarına yatırım yaptığını vurgulayan Alsan, Türkiye'deki CEO'ların yatırımlarını robotik süreç otomasyonu, veri analitiği araçları ve Blockchain'de yoğunlaştırdığını kaydetti. Alsan, "Dikkatimizi çeken bir bulgu, dünya genelinde CEO'lar bilişsel teknolojilerin gelişmesinin ve benimsenmesinin çalışan sayılarını düşürmeyeceğini, aksine daha da artıracığını söylüyor. Çünkü teknolojik gelişme, bu teknolojileri en iyi şekilde kullanacak uzman yeteneklere olan ihtiyacı da beraberinde getiriyor. Dolayısıyla yetenek istihdamı, hem dünyada hem Türkiye'de CEO'ların yatırım yaptığı ilk 3 alandan biri olarak karşımıza çıkıyor," diye konuştu.

KPMG 2017 Küresel CEO Araştırması'ndan çıkan başlıklar şöyle:

Önümüzdeki 3 yıllık dönemde;

- Türkiye'de CEO'ların yüzde 68'i ülkelerinin büyümesine güven duyuyor. Küresel araştırmada bu oran yüzde 77.
- Türkiye'de küresel ekonominin büyümesine duyulan güven yüzde 48. Dünyada ise CEO'lar daha iyimser; yüzde 65'i güven duyduğunu ifade ediyor.
- Küresel CEO'larla uyumlu olarak Türkiye'de de CEO'lar kendi sektörleri ve şirketlerinin büyümesine, ekonomisinin büyümesinden daha fazla güven duyuyorlar. Türkiye'deki CEO'ların yüzde 84'ü, dünyada ise yüzde 69'u sektörlerine güveniyor.

Türkiye yıkmaya daha hazır!

- Küresel araştırmada her 100 CEO'nun 65'i yıkıcı teknolojileri, işletmeleri için tehdit değil fırsat olarak gördüğünü söylüyor. Yüzde 74'ü ise kendi sektörlerini yıkıma uğratmayı hedefliyor. Türkiye'de manzara daha iddialı. Yıkıcı teknolojiyi fırsat olarak gören CEO oranı yüzde 76, kendi sektörlerini teknolojik yıkıma uğratmayı hedefleyenlerin oranı ise yüzde 84.

- CEO'ların yüzde 76'sı gelecek 3 yılda sektörlerinde teknolojik inovasyona bağlı yıkım bekliyor. Yıkıcı teknolojileri hayata geçirmek Türk CEO'ların stratejik önceliklerinin başında geliyor.

CEO'nun yatırım ajandasında ilk beş!

- Türkiye'de CEO'nun gelecek 3 yılda ilk beş yatırım önceliği; inovasyon (%96), siber güvenlik (%92), istihdam (%84), fiziksel altyapı (%80) ve yeni gelişen teknolojiler (%76).

- Küresel CEO'ların sıralaması ise farklı; istihdam (%75), dijital altyapı (%68), siber güvenlik (%66), fiziksel altyapı (%63), işgücü eğitimi (%63) ve regülasyonlara uyum (%60).

- Türk CEO'lar şirketlerinin son bir yılda öncelikli olarak hem yeni ürün/hizmet geliştirmek hem de iş yapış şekillerini değiştirmek anlamında inovasyona (%92) ve siber güvenliğe (%88) yatırıma odaklandığını belirtiyor.

CEO'nun yeni pazar hedefi İngiltere!

- Türkiye'de şirketlerin büyüme planları arasında mutlaka yeni pazarlara açılmak yer alıyor. Yeni pazarlar yeni alanlar demek. CEO'ların önümüzdeki 3 yılda açılmayı düşündüğü öncelikli pazarlar Birleşik Krallık (%36), Ortadoğu (%36), Almanya (%32) ve Avustralya (%32). Global sonuçlarda ilk sırada yer alan ABD ise Türklerin büyüme planında yer almıyor.

İtibar yönetimi ilk üç öncelikten biri oldu!

- 2008-2009 küresel krizinin ardından, kamuoyunun büyük işletmelere bakışı giderek eleştirel hale geldi. Dünya genelinde ve Türkiye'de de CEO'lar bu konuda kısa vadede ilerleme beklemiyor. Küresel CEO'ların yüzde 65'i, Türk CEO'ların ise yüzde 64'ü kamuoyunun işletmelere güven seviyesinin ya aynı kalacağını ya da azalacağını düşünüyor.

- Bu durum, CEO'ların başarı için sadece finansal boyuta değil aynı zamanda marka ve itibara da giderek artan derecede önem vermesine neden oluyor. Türkiye'de yüzde 80, küreselde ise yüzde 74 oranında CEO'nun, sürdürülebilir uzun vadeli gelecek için güven, değerler ve kültüre daha fazla önem verdiklerini söylemesi, bunun yansıması.

- Türkiye'de CEO'ların yüzde 80'i dış paydaşlar ve müşteriler nezdinde güven inşa etmenin, şirketlerinin ilk 3 önceliğinden biri olduğunu belirtiyor. Küresel

CEO'ların da yüzde 61'i bu konuya ilk 3 öncelik arasında yer veriyor.

Robotlara rağmen çalışan sayısı artacak!

- Dünyada robotik teknolojilere ciddi yatırımlar yapan CEO'lar buna rağmen üç yıl içinde şirketlerinde çalışan sayısını artırmayı planlıyor. Yüzde 64'ü yüzde 5'in altında, yüzde 32'si yüzde 6-10 arasında, yüzde 4'ü de yüzde 11-25 arasında artış öngörüyor.

- Çünkü CEO'lar gelecek 3 yılda bilişsel teknolojilerin; üst yönetim, orta yönetim, üretim/hizmet katı, Ar-Ge, müşteri hizmetleri, İnsan Kaynakları (İK), finans, Bilgi Teknolojileri (BT), pazarlama ve iletişim ve satış bölümlerinin hepsinde çalışan sayılarını artıracaklarını düşünüyor. Türkiye'de CEO'lar en fazla artışın satış bölümünde (%92) yaşanmasını beklerken, küresel CEO'lar BT bölümünde (%69) yaşanacağını öngörüyor.

CEO'nun evrimi!

- Günümüz CEO'su, daha önce yönetim kurulunun ajandasında olmayan çok çeşitli konuları kavramak zorunda. Jeopolitikten siber tehditlere, yeni gelişen teknolojilerden itibar riskine, değişen dinamikleri anlaması ve bunların kendi işletmesine ve faaliyet gösterdikleri pazara etkisini yorumlaması gerekiyor. Değişen dinamiklerle birlikte CEO'nun da değişime hazırlıklı olması giderek önem kazanıyor.

- CEO'lar dünyadaki ve ülkelerindeki gelişmeleri iyi okuyabilmek, genişleyen faaliyet alanlarını daha iyi yönetebilmek, yıkıcı yeniliklerin sonuçlarını ve beraberinde getirecekleri fırsatları öngörebilmek için kendilerini devamlı geliştirmeye ve yeni beceriler edinmeye çalışıyorlar.

- Araştırmaya katılan CEO'ların yüzde 37'si bugün, kariyerlerinde daha önce karşılaşmadıkları, kritik önem taşıyan konularda liderlik etme sorumluluklarından dolayı endişe duyuyor. Bu oranın Türkiye'de yüzde 72'ye çıkması, CEO rolündeki evrimin Türkiye'de daha etkili yaşandığına işaret ediyor. CEO'lar için artık teknik bilgi ve becerileri kadar duygusal zekâ da önem taşıyor.

- CEO'ların yüzde 68'i son 1 yıl içinde kendi rolünü yenilemek hatta baştan yazmak amacıyla yeni bir vasıf kazanmak, yeni bir yetenek edinmek için eğitim aldığını söylüyor.

Ya kadın CEO'nun geleceği?

- Ancak CEO'nun profili ve nitelikleri ne kadar değişse de bazı şeyler o kadar kolay değişmiyor; kadınların yönetimde en tepeye çıkmasındaki zorluk devam ediyor. CEO'ların sadece yüzde 9'u kendilerinden sonra CEO olacak kişinin bir kadın olacağına inanıyor. Türkiye'de bu oranın yüzde 24 olması ise umut verici bir işaret olarak görülüyor.

Y KUŞAĞI GİRİŞİM DÜNYASINDA ÇOK MUTLU!

Pisano, oluşturduğu yatay hiyerarşi ile çalışanlarını, şirketin ve ürünün büyüme sürecinin parçası yapıyor.



Her yeni gelen kuşak ve teknolojik dönüşüm, beraberinde iş yapış mekanizmalarını ve biçimlerini de değiştiriyor. Baby-boomers ve X kuşağının ardından, doğumları 80 ve 90'lı yıllara denk gelen Y kuşağı da profesyonel yaşamda tırmanmaya çoktan başladı. Kurumsal hayatın getirdiği yükler her geçen gün artarken, yönetici koltuklarına oturmaya başlayan bu kuşak, aradığı özgürlüğü, alışılmışın dışında bir çalışma ortamı sağlayan teknolojik girişimlerde bulmuş gibi görünüyor. Hem kurucularının hem de çalışanlarının büyük bir kısmının Y kuşağına mensup olduğu Pisano, Türkiye'deki bu konuya örnek girişimlerden biri.

"Pisano'da yatay bir hiyerarşik düzen var, burada herkes yönetici, herkes üreten. Üst düzey yöneticiler tatmin olsun diye değil ama ortak bir hedef için hep birlikte çalışmak, çalışanlarımız için daha fazla konfor alanı yaratıyor" diyen Pisano CEO'su Özkân Demir şöyle devam ediyor: "Müşteri mutluluğu kadar çalışan mutluluğu da çok önemli. İnsanlara fikirlerini açıkça söyleyebilecekleri bir ortam yaratmak ve hatalara yer açmak, yaratıcılığı ve başarı odaklı çalışmayı tetikleyen şeyler. Yeni kuşağın aradığı şey sanırım bu. Yeni kuşak teknoloji girişimleri doğaları gereği dinamik yerler. Çok

hızlı büyüyoruz. Gün içerisinde çok kritik bir karar alıp, aynı gün içerisinde hayata geçirebiliyoruz ve sonuçlarını görmeye başlayabiliyoruz. Bu şu demek; kurumsal bir firmada 4-5 senede sahip olacağınız deneyime 1 sene içerisinde tanık olabiliyorsunuz ve kendinizi geliştirmek için çok fazla imkana sahip oluyorsunuz. Bu tür ortamlarda her birey önem kazanıyor.

Arz ekonomisinden talep ekonomisine geçen dünyamızda, müşteri deneyimi ve müşteri geri bildirimleri alanında 360 derece çözümler sunuyoruz. Bir teknoloji şirketiyiz. Teknoloji kadar hızlı geliyoruz, global pazarlara açılıyor. Biliyoruz ki, en iyi müşteri deneyimi sunan şirketlerin %70'i müşterilerinden geri bildirim alıyor. Ekibimiz için de aynı şey geçerli. Gün içerisinde ofiste yaşadıkları deneyim, tüm şirket için başarıya giden yolda kilit bir rol oynuyor. Yönetimden, tasarıma, yazılım geliştirmeden satışa kadar kendi alanlarında uzman 40 kişilik, yaş ortalaması 29 olan koca bir ekibiz. Görüyoruz ki; müşterilerin markalarla olan ilişkilerinde ve satın alma biçimlerinde yaşanan dramatik değişimle birlikte, çalışanların işverenleri ile olan ilişkilerinin değişmesi, kuşaklar arası geçişlerde oldukça doğal bir süreç. Buna ayak uydurabilen şirketler, sağlam ekiplerle hedeflerine bir adım daha yaklaşacaklar."

YENİ PEUGEOT SUV AİLESİ

HİÇBİR SUV ONLAR KADAR İLERİ GİTMEDİ



SUV PEUGEOT 2008



SUV PEUGEOT 3008



SUV PEUGEOT 5008



ÖDÜLLÜ PURETECH BENZİNLİ MOTOR
GRIP CONTROL TEKNOLOJİSİ
PEUGEOT i-COCKPIT®
AKTİF SÜRÜŞ DESTEK SİSTEMLERİ

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

Yeni Peugeot SUV Ailesi, teknolojisi, tasarımı, sınır tanımayan sürüş keyfi ile Peugeot Yetkili Satıcıları'nda. Gelin, bu ayrıcalıklı aileyi test edin, üstün özelliklerini keşfedin.

Yeni SUV Peugeot 2008 1.2 L PureTech 110 hp S&S EAT6 karma yakıt tüketimi 4.8 L/100km, ortalama CO₂ emisyon değeri 110 g/km'dir. Yeni SUV Peugeot 3008 1.6 BlueHDİ 120 S&S EAT6 karma yakıt tüketimi 4.2 L/100km, ortalama CO₂ emisyon değeri 108g/km'dir. Yeni SUV Peugeot 5008 1.6 BlueHDİ 120 hp EAT6 şehir dışı karma yakıt tüketimi 4.0 L/ 4.2*/ 100km, ortalama CO₂ emisyon değeri 112g/ 118g*/km'dir. *18" Jantlar, Grip Control ve M+S (Çamur ve Kar) tipi lastiklerle. İlanda kullanılan görseller, Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir.

PEUGEOT TAVSİYE EDER: **TOTAL**

PEUGEOT MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (0216) 579 94 44

[instagram.com/peugeotturkiye](https://www.instagram.com/peugeotturkiye)

twitter.com/PeugeotTurkiye

facebook.com/peugeotturkiye

BİRLEŞME VE SATIN ALMALAR ZORLU ŞARTLARA DİRENÇ GÖSTERDİ!

Türkiye’de 2017 yılında 298 adet Birleşme ve Satın Alma işlemi gerçekleşirken, işlem hacmi 2016’ya göre %41 artarak 10,3 milyar dolar oldu. Az sayıda büyük ölçekli yabancı yatırımcı işlemleri, toplam işlem hacmi üzerinde etkili oldu. İşlem adedine ise artış trendinde olan girişim sermayesi ve melek yatırımcı işlemleri yön verdi.



Deloitte Türkiye, '2017 Yılı Birleşme ve Satın Almalar Raporu'nu yayınladı. Türkiye’de birleşme ve satın almaların genel görünümünü ortaya koyan rapora göre, süregelen makroekonomik ve politik risklere rağmen 2017 yılında 298 adet işlem gerçekleşti. Toplam işlem hacmi ise 2016’da yaşanan 7,3 milyar dolarlık dip seviyeye göre yaklaşık %41’lık bir artış göstererek 10,3 milyar dolar oldu. Bu rakam, 2016 öncesi döneme göre düşük kalsa da toparlanmaya işaret etti.

2017 yılında birleşme ve satın almalar pazarının görünümünü az sayıdaki büyük ölçekli yabancı yatırımcı işlemi ile giderek artan sayıdaki girişim sermayesi ve melek yatırımcı işlemleri belirledi. Yabancı yatırımcıların işlem hacmi tarihsel dip seviyelerden birinin görüldüğü 2016’ya göre %45 artarak 5,5 milyar dolar olurken, işlem sayıları ise gerilemeye devam etti ve 2017 son on yıldaki en düşük ikinci yabancı işlem sayısının görüldüğü yıl oldu. Öte yandan, Türk yatırımcılar toplam işlem adedinin %77’sini gerçekleştirirken, işlem hacimlerini yabancı yatırımcılara benzer şekilde 2016’ya göre

%37 arttırdılar. Girişim sermayesi ve melek yatırımcı işlemlerinin sayısı ise %65 oranında arttı. İşlem büyüklüğü 50 milyon doların altında olan işlemler toplam işlem sayısının %84’üne denk gelirken, işlem hacminin ise sadece yüzde %15’ini oluşturdu. Son birkaç yıldır işlem sayıları düşen özel sermaye fonlarının temkinli tutumu devam etmekle birlikte, lokal fonların alım ve çıkış işlemleri ile fon toplama hazırlıkları bu pazarı hareketli tuttu.

Deloitte Türkiye Ortağı ve Finansal Danışmanlık Hizmetleri Lideri Başak Vardar, rapora ilişkin olarak "Birleşme ve satın alma aktivitesini etkileyen makroekonomik ve politik risklere rağmen, pazarda bir toparlanma oldu. İşlem hacminde hızlı bir yükseliş zaten beklemiyorduk. Yine de birkaç büyük ölçekli yabancı yatırımcı işlemi, işlem hacmini 10 milyar doların üzerine taşıdı. İşlem sayısı ise, küçük ölçekli start-up yatırımlarının sayısındaki artışa bağlı olarak ciddi bir rakama ulaştı. Hem finansal hem yabancı yatırımcılar eski iştahlı günlerinden uzak olmakla birlikte, Türkiye’nin uzun vadeli potansiyeline olan güvenlerini kaybetmediklerini de her şeye rağmen gösterdiler" dedi. Başak Vardar ayrıca, "Türkiye’nin güçlü temellerinin yatırımcıların gelecek dönemdeki yatırım kararlarını destekleyeceğini ve 2018 yılında birleşme ve satın alma pazarındaki toparlanmanın hızlanacağını tahmin ediyorum. Orta ve uzun vadeli yatırımcılar için sağlıklı finansal performansa sahip olan ve başarılı yönetilen Türk şirketleri cazip yatırım fırsatları sunmaya devam edecektir. Ayrıca özel sermaye fonlarının yeni fon toplama hazırlıkları ve girişim sermayesi şirketlerinin faaliyetleri göz önüne alınarak, finansal yatırımcı ortamının da hayli aktif olmasını bekliyoruz" değerlendirmesinde bulundu.

Yabancı yatırımcı, az sayıda, büyük ölçekli işlemlere imza attı!

Yabancı yatırımcılar 2017 yılında 70 adet işlem ile işlem hacmine %53 katkı gösterdi. Yerli yatırımcılar 228 adet işleme imza atarak işlem hacminin %47’sini oluşturdu. Yabancı yatırımcı işlemleri 5,5 milyar dolar ile geçen seneye göre %45 artış gösterdi. (2016’da bu rakam 3,5 milyar dolar idi). Ancak azalma trendinde olan işlem sayıları geçen seneye göre önemli ölçüde düştü (2016 – 93 adet) ve 2017, son on yılın en düşük yabancı işlem sayısının görüldüğü ikinci yıl oldu. Bununla birlikte, Türk yatırımcıların işlem adedi ve işlem hacmi sırasıyla %49 ve %37 oranında arttı.

En aktif yabancı yatırımcılar Avrupalılar...

2017 yılında 36 adet işlem ile en aktif yabancı yatırımcı grubu Avrupalılar oldu. Son birkaç yılda görülen ivmenin aksine Asya Pasifik bölgesinden gelen yatırımcı sayısı ise daha azdı. Ayrıca Körfez bölgesinden gelen yatırımlar da sınırlı seviyede kaldı.

Yabancı yatırımcıların gerçekleştirdiği yılın en büyük işlemleri arasında bulunan birkaç büyük ölçekli işlem (Vitol – OMV Petrol Ofisi, BBVA – Garanti Bankası, IFM Investors – Mersin Limanı), yıllık işlem hacmine önemli katkıda bulundu ve zor piyasa koşullarında da olsa yabancı oyuncuların işlem hacmi üzerinde dikkat çekici bir paya sahip olduğunu gösterdi.

Finansal yatırımcıların payı arttı!

Finansal yatırımcılar temkinli yaklaşımlarını sürdürürken, özellikle artan girişim sermayesi ve melek yatırımcı işlemleri ise satın alma stratejilerini sürdüren lokal özel sermaye fonları sayesinde işlem sayıları artmaya devam etti. 2017’de finansal yatırımcı işlem sayısı 146 adet işlem ile tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaşarak toplam işlem adedinin %49’unu oluşturdu. Toplam finansal yatırımcı işlem hacmi 2016’ya göre %63 oranında artarak 2,6 milyar dolar oldu. Finansal yatırımcıların toplam işlem hacmine katkısı ise %25 ile 2008 yılının ardından en yüksek seviyede gerçekleşti.

Girişim sermayesi şirketleri ve melek yatırımcılar işlem sayılarını 2016 yılına göre %65 arttırarak 112 işlemle bu yıl da finansal yatırımcı işlemlerini domine etmeye devam etti. Öte yandan, bu segmentteki ortalama işlem hacminin 1 milyon doların altında olması nedeniyle, bu tür işlemler toplam finansal yatırımcı işlem hacminin yalnızca %4’ünü oluşturdu. Son yıllarda işlem sayıları düşmekte olan özel sermaye fonları, finansal yatırımcı işlem hacminin büyük çoğunluğunu oluşturmaya devam etti. Agresif bir yatırım trendinde olmamakla birlikte, özellikle lokal fonların yeni alımları, yatırımlarından çıkış süreçleri ve fon toplama hazırlıkları, bu pazarı yine göz önünde tuttu.

Mersin Limanı’nın IFM Investors tarafından 869 milyon dolar karşılığında satın alınması işlemi yılın en büyük finansal yatırımcı işlemi ve aynı zamanda yılın en büyük üçüncü işlemiydi.

Özelleştirme işlemleri sınırlı seviyede kaldı!

2017 yılında özelleştirme işlemleri çok sınırlıydı; toplam 14 işlemde 0,7 milyar dolarlık bir işlem hacmi gerçekleşti. Özelleştirme işlemleri enerji ve limancılık sektörlerinde gerçekleşti. Bu rakamlar 2016’da 4 işlem ile yine 0,7 milyar dolar seviyesindeydi.

Küçük ve ortak ölçekli işlemler piyasayı yönlendirdi!

İşlemlerin büyük çoğunluğu giderek artan girişim sermayesi ve melek yatırımcı işlemleri sayesinde küçük ve orta ölçek segmentinde gerçekleşti. Ortalama işlem büyüklüğü geçtiğimiz yılına benzer şekilde 35 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti. En büyük 10 işlem dışında kalan işlemlerde oluşan ortalama büyüklük ise 18 milyon dolar oldu. İşlemlerin %62’sine tekabül eden 10 milyon doların altındaki 186 adet işlem, toplam işlem hacminin yalnızca %3’ünü temsil etti. Öte yandan, değeri 500 milyon dolardan yüksek olan 3 işlem (OMV POAŞ, Garanti Bankası ve Mersin Limanı), toplam işlem hacminin yaklaşık üçte birini oluşturdu.

En büyük 10 işlemin toplam işlem hacmine katkısı %50 oldu (2016 - %38). En büyük 10 işlemin ortalama büyüklüğü 510 milyon dolar ile 2016 yılı ortalamasının üzerinde gerçekleşti (2016 - 276 milyon dolar). Yılın en büyük işlemleri arasında hem yabancı yatırımcılar tarafından pazara ilk giriş ve genişleme yatırımları olduğu hem de Türk grupların veya finansal yatırımcıların satın almaları olduğu görüldü.

OMV Petrol Ofisi’nin Vitol tarafından satın alınması, 2017 yılının en büyük işlemiydi (1,4 milyar dolar) ve tek başına toplam işlem hacminin %14’üne tekabül etti. Menzelet ve Kılavuzlu HES’lerinin Entek Elektrik Üretim tarafından satın alınması ise, 2017’de işlem değeri açıklanan yatırımlar içinde Türk yatırımcılar tarafından gerçekleştirilen en büyük işlem oldu (375 milyon dolar).

Enerji, teknoloji, internet ve mobil hizmetler en çok ilgi gören sektörler oldu!

Son birkaç yıldır girişim sermayesi ve melek yatırımcı aktivitesinin sürekli yükselişi sayesinde, teknoloji (59 işlem) ile internet ve mobil hizmetler (46 işlem) sektörleri en çok birleşme ve satın alma yaşanan sektörler haline geldi ve bu iki sektör 2017’de toplam yıllık işlem adedinin %35’in sahne oldu. Enerji, üretim, e-ticaret, sağlık ve finansal hizmetler sektörleri yatırımcıların ilgisini çekmeye devam etti. Enerji sektörü 2,9 milyar dolar ile toplam işlem hacmine bir kez daha en fazla katkıda bulunan sektör oldu. İşlem hacmi olarak, altyapı, finansal hizmetler ile yılın son haftalarındaki AVM işlemleri ile hareketlenen gayrimenkul sektörü enerji sektörünü takip etti. İşlemlerin çoğuna ev sahipliği yapmasına rağmen, sektördeki küçük işlem büyüklükleri nedeniyle teknoloji alanındaki toplam işlem hacmi sınırlı kaldı. Deloitte’a göre 2018 yılında en aktif sektörlerin başında teknoloji ve enerji sektörleri ile geleneksel olarak her dönem yatırımcıların ilgisini çeken üretim ve altyapı sektörlerinin olması bekleniyor.

İSTİHDAM PİYASASINDA 2018 UMUDU!

Kariyer.net'in Türkiye'de istihdam piyasasının nabzını tuttuğu İstihdam Endeksi'nin Aralık 2017 sonuçları açıklandı. Aralık ayında yeni iş ilanı sayısı geçen yılın aynı ayına göre yüzde 41 oranında artış kaydederken Yazılım Uzmanı ve Mühendis gibi teknik pozisyonlara olan taleplerdeki artış ise dikkat çekti.



Dijital teknolojileri kullanarak daha fazla aday ve işvereni doğru işle buluşturma vizyonu ile hareket eden Kariyer.net'in 9 yıldır her ay düzenli olarak yayınladığı İstihdam Endeksi'nin Aralık 2017 sonuçları, 2018 için de umut verdi. Aralık ayında yeni iş ilanı sayısı 18.720 olarak gerçekleşirken, bir önceki yılın aynı ayına oranla yüzde 41'lik artış yaşandı.

Kariyer.net Genel Müdürü Fatih Uysal, geçen yılın son ayına ilişkin yaptığı değerlendirmede, istihdam piyasasının yılı büyümeyle kapadığını belirterek, "Yılın son istihdam endeksi, istihdam piyasasında geçen yılın ilk çeyrek döneminden itibaren başlayan hareketliliğin ivme kazanarak devam ettiğini gösteriyor. Teknik pozisyonlara olan talep dikkat çekerken, müşteri memnuniyetini üst seviyede tutmak isteyen firmaların verdiği satış sonrası hizmet nedeniyle Çağrı Merkezi Elemanına olan ihtiyacın da arttığı görülüyor. Kariyer.net olarak mavi yaka iş ihtiyaçlarını karşılamak için hayata geçirdiğimiz lokasyon bazlı iş arama uygulaması 'İşin Olsun'un Aralık 2017 verileri de mavi yaka istihdam piyasasında da canlılık yaşandığına işaret ediyor" açıklamasını yaptı.

Çağrı Merkezi Elemanına dikkat çeken talep!

Aralık ayında en çok ilan yayınlanan pozisyon Satış Temsilcisi pozisyonu oldu. Geçen yılın aynı ayına göre en çok artış yakalayan pozisyonları incelediğimizde ise ilk sırayı %33'lük artışla Yazılım Uzmanı ve Mühendis pozisyonları paylaştı. Firmaların satış sonrası verdiği destek hizmetinin artması nedeniyle son dönemde

dikkat çekici biçimde talep gören Çağrı Merkezi Elemanı pozisyonu ise %30'luk bir artışla üçüncü sırada yer aldı. Geçen aya göre en büyük düşüş ise İK Uzmanı (-7%) ve Muhasebe Elemanı (-5%) pozisyonlarında yaşandı.

Turizm kentleri Antalya ve İzmir ilk sırada...

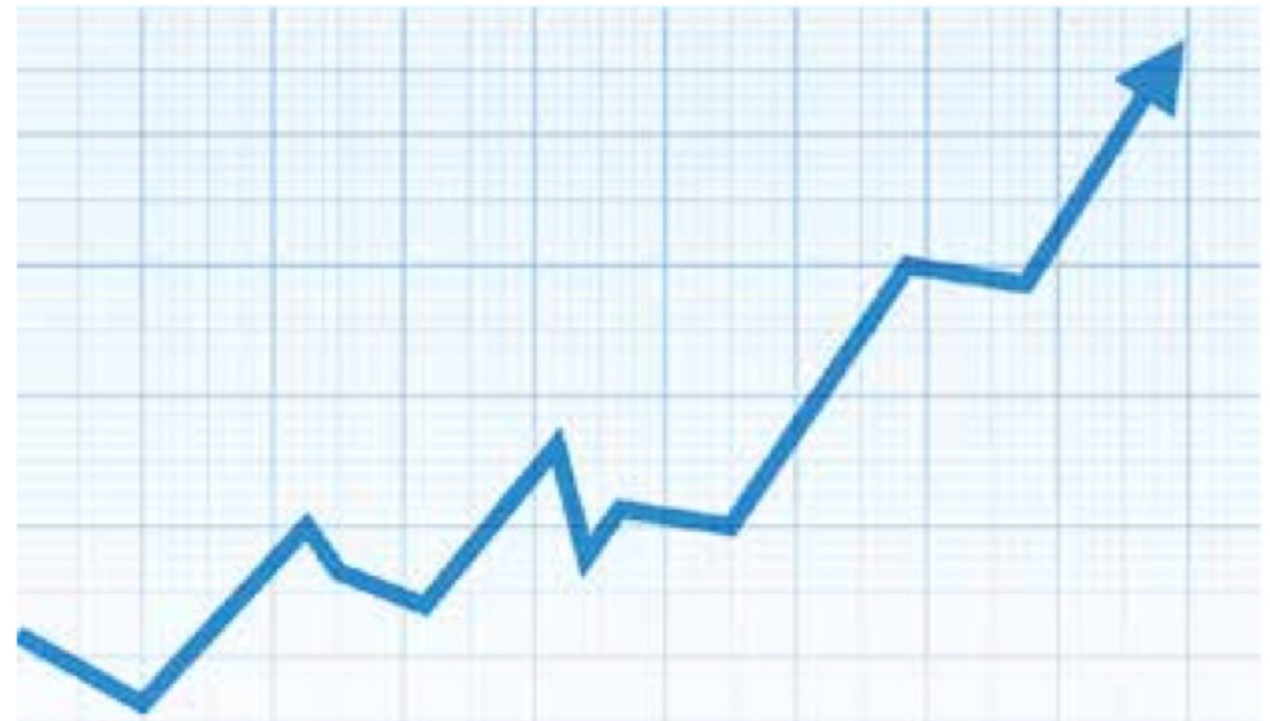
İller bazında geçen yılın aynı ayına göre yapılan değerlendirmede ilan sayısında en yüksek artış yaşayan şehirlerin %42 ile Antalya, %39 ile İzmir olduğu görüldü. Ankara ile Tekirdağ ise %33'lük artışla üçüncü sırayı paylaştı. Kış mevsiminin başlaması nedeniyle turizm kentlerinde beklenen düşüşün gerçekleşmediği; hava sıcaklıklarının mevsim normallerinin üzerinde olması nedeniyle de hem Antalya'da hem İzmir'de artışın devam ettiği görüldü.

Tekstil yine zirvede!

Aralık ayının lider sektörü 5.930 adet ilanla Tekstil sektörü oldu. Tekstil sektörü 2016'nın aynı ayına oranla %32'lik bir artış kaydetti. Üretim-Endüstriyel Ürünler sektörü 5.903 ilanla ikinci sırada yer alırken geçen senenin aynı ayına oranla %38 artış ile dikkatleri üzerine topladı. Aralık 2016'ya göre en fazla artış yaşayan diğer sektörler %33'lük oranla Bilişim ve %31'lik artışla Elektrik-Elektronik oldu. Yapı, Gıda ve Ticaret sektörleri ise geçen aya göre %7'lik düşüş yaşadı.

Mavi yakalı istihdam piyasasında canlılık!

Kariyer.net'in mavi yakalı istihdam piyasasına yeni bir soluk kazandıran mobil uygulaması "İşin Olsun'un verilerine göre, Aralık ayında en çok başvuru alan mavi yaka pozisyonlar Sekreter, Garson, Temizlik Görevlisi, Çağrı Merkezi Elemanı ve Şoför/Sürücü oldu. Uygulamada telefonla en çok başvuru alan pozisyonlar ise Garson, Temizlik Görevlisi, Sekreter, Şoför/Sürücü ve Aşçı olarak sıralandı. İşin Olsun'da Aralık ayında yayınlanan yeni iş ilanları ise en çok şu pozisyonlarda oldu: Garson, Güzellik Elemanı, Sekreter, Temizlik Görevlisi ve Danışman.



TÜRK TEKSTİLİ AB PAZARINDA DÜNYAYI SOLLADI!

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Yönetim Kurulu Başkanı İsmail Gülle, tekstilin Türkiye'ye en büyük katma değeri sağlayan ve cari açığı kapatan sektörlerden biri olduğuna dikkat çekerek "En önemli hedefimiz; daha fazla refah, kalkınma, istihdam, üretim ve yatırım için 7/24 kesintisiz ihracatla dış ticaret fazlası veren bir Türkiye.



İsmail Gülle: "Türk tekstil sektörü, AB ülkelerinin en büyük 2., dünyanın 7.büyük tedarikçisi. Ev tekstili, örme, dokuma kumaş ve teknik tekstilde 3,5 milyar doları aşan dış ticaret fazlası verdik. AB ülkelerine AB'nin ithalat ortalama birim fiyatlarının üzerinde bir değerle ihracat yapıyoruz. AB'nin tekstil ithalatında ortalama birim fiyatı 4,2 Euro iken; Türkiye'den ithalatında bu fiyat 4,5 Euro. Almanya'nın tekstil ithalatında ortalama birim fiyatı 4,9 Euro iken; Türkiye'den ithalatında 5,5 Euro." Türkiye'de katma değer yaratan en önemli sektörlerden biri olan tekstil sektörü, 2017 yılını Avrupa Birliği'nin en büyük 2., dünyanın 7.büyük tedarikçisi olma konumunu koruyarak 10,1 milyar dolar ihracatla kapattı. Türkiye'de sektörün en büyük birliği olan İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), düzenlenen basın toplantısında tekstilin 2017 yılı performansı ile 2018 yılı hedeflerini ve hayata geçirilecek projeleri paylaştı.

İTHİB Başkanı İsmail Gülle, 2018 yılındaki en önemli projelerinin "dış ticaret fazlası veren bir Türkiye" olduğunu vurgulayarak "Misyonumuzu 7 gün 24 saat kesintisiz ihracat olarak belirledik. Bu misyonun tüm ihracatımıza da şamil olacağına inanıyoruz. Hedefimiz; daha fazla refah, kalkınma, istihdam, üretim ve yatırım için 7/24 ihracatla dış ticaret fazlası veren bir Türkiye. Türkiye tekstil sektörü dakikada 74 bin dolar değerinde ihracat yaptı. Düşünün ki 7/24 kesintisiz ihracat yapan bir Türkiye hedefimizi gerçekleştirsek Türkiye'nin ihracat rakamını nerelere çıkartırız" diye konuştu. Tekstilde kg birim fiyatı, AB'nin ithalat ortalamasını aştı! Türkiye'nin geçen yıl da ihracatla yükseldiğini, kendilerinin de ihracat için üretim ve yatırım yapıp, istihdam yarattığının altını çizen Gülle "Geçen yıllardan farklı olarak küresel krizden sonraki en zor yılı, en güzel, en performanslı bir yıl olarak geride bıraktık. Türkiye Cumhuriyeti'ne kastedilmesinden terör saldırılarına ve ABD ile yaşanan gerginliklere kadar pek çok olumsuzluk yaşadık. Bu zorlukların üstesinden başarıyla gelmemiz, Türkiye ihracatı ve özellikle tekstil sektörünün ustalık dönemini yaşadığının bir kanıtı" dedi.

Tekstil sektörünün yarattığı katma değeri rakamlarla ortaya koyan İsmail Gülle, "ABD gibi zor bir pazara yarım

milyar doların üzerinde, üstelik kg başına 5 dolar gibi yüksek bir birim fiyatla, moda markalarının anavatanı olan İtalya'ya da kg başına 5 dolar birim fiyatla 866 milyon dolar ve dünyanın bir diğer ucu olan Sri Lanka'ya kg başı 10 dolar değerinde yüksek katma değerli ihracat gerçekleştirdik. Bir zamanlar katma değer üretmiyor diye iddia edilen tekstil sektörümüzün, bugün Türkiye'ye en büyük katma değer sağlayan sektörlerden biri olduğunu bir kez daha anlıyoruz. Türk tekstil sektörü AB ülkelerine AB'nin ithalatında ortalama birim fiyatlarının üzerinde bir değerle ihracat yapıyor. AB'nin tekstil ithalatında ortalama birim fiyatı 4,2 Euro. AB'nin Türkiye'den ithalatında ortalama birim fiyatı ise 4,5 Euro. AB'nin en büyük ülkesi Almanya'nın tekstil ithalatında ortalama birim fiyatı 4,9 Euro. Almanya'nın Türkiye'den tekstil ithalatında birim fiyatı 5,5 Euro" bilgilerini paylaştı.

Tekstil sektörü cari açığı kapatıyor!

Tekstil sektörünün, Türkiye ekonomisinin en büyük sorunlarından cari açığı kapatan sektörlerden olduğunu da yine rakamlarla ifade eden Gülle, "Güneş balçıkla sıvanmaz. Türkiye'nin cari açığını kapatan sektörlerden bir tanesiyiz. 2017 yılında Ev tekstilinde 1,6 milyar dolar, örme kumaşta 1 milyar dolar, dokuma kumaşta 850 milyon dolar, teknik tekstilde 120 milyon dolar dış ticaret fazlası verdik. Türk Tekstil ve Hazır giyim sektörleri son 20 yılda toplamda 200 milyar dolar dış ticaret fazlası verdi" dedi.

Afrika'ya ihracat 1 milyar dolar, bu yıl daha da artacak!

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın altını çizdiği gibi, Türkiye'nin yeni pazarının Afrika olduğunu hatırlatan Gülle, "Biz de Sayın Cumhurbaşkanımızın liderliğinde Afrika'ya gerçekleştirilen ticaret heyetlerine katıldık. Olumlu temasların meyvelerini yakın zamanda toplayacağız. Kendilerine müteşekkirimiz. Bugün, Afrika'nın Dünya'dan ithalatı 470 milyar dolar. Türkiye'nin Afrika'ya toplam ihracatı ise 11 milyar dolar. Tekstil sektörü olarak, bu ihracatın 1 milyar dolarını biz gerçekleştiriyoruz. 2018 yılında Afrika pazarındaki payımızı artıracacağız" dedi.

Bu yıl prestijli fuarlara katılmaya devam!

İTHİB Başkanı İsmail Gülle, 2018 yılında yapılacak çalışmalar hakkında da şu bilgileri verdi: "Dünyanın en prestijli fuarları olan The London Textile, Munich Fabric Start, Premiere Vision Paris, Heimtextil, Premiere Vision İstanbul, Techtexile Frankfurt, Techtexile North America fuarlarına bu yıl da milli katılım gerçekleştireceğiz. Altı kıtada 190 ülkeye ihracat gerçekleştiren sektörümüz, yeni pazar arayışlarına ticaret ve alım heyetleri düzenleyerek hız kesmeden devam edecek. Sayın Cumhurbaşkanımızın ve Ekonomi Bakanımızın teşrifleri ile gerçekleşen ticaret heyetlerine de ihracatçılarımızla birlikte katılım gerçekleştireceğiz. İstanbul Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışmamızın bu yıl 13.sü ile geleceğin tasarımcılarını sektörümüze kazandırdık ve kazandırmaya devam edeceğiz."

PERAKENDEDE START-UP GİBİ DÜŞÜNEN BÜYÜYOR!

KPMG, Perakende Sektörel Bakış 2018 raporunu açıkladı. Rapora göre dünyada perakende satış hacmi 25 milyar dolara dayandı. Müşteri talep ve davranışlarına göre yol alan sektör, çok kanallı satış uygulamalarıyla satış ve karlılığı artırmaya odaklandı. Online alışveriş ve mobil alışveriş, geleneksel alışverişini tehdit ediyor.



Elde ettiği "büyük veri"yi yönetmek perakende sektörü için hayati önemde. KPMG Türkiye Perakende Sektör Lideri Fikret Çetinkaya, "Müşterisini anlayan, tedarik zincirini doğru yöneten, teknolojinin fırsatlarını öngören kısacası start-up gibi düşünen perakendeciler büyümeye devam edecek" diyor.

KPMG'nin Perakende Sektörel Bakış 2018 raporu, sektör dinamiklerinin 2017'yi nasıl şekillendirdiğini ve 2018 perspektifini değerlendiriyor. KPMG Türkiye Perakende Sektör Lideri Fikret Çetinkaya, dünyada benzer özellikler

gösteren perakende sektörünün kendine özgü yapısıyla diğer sektörlerden ayrıştığını söyledi. Çetinkaya, "Sektörü yönlendiren en etkili iki güç olan müşteri talepleri ve müşteri davranışları, ortaya çıktıkları coğrafya ve demografiden bağımsızlaşarak kısa sürede küresel ölçekte bir davranış biçimine dönüşüyor. Dünya genelinde sektörün önündeki temel sorun, müşteri davranışlarının ve yolculuğunun değişmiş olması. Artık müşteriler birçok kanalı kullanarak her türlü bilgiye ve alışveriş olanağına ulaşabiliyorlar. Bu nedenle tek kanaldan faaliyet gösteren perakende firmaları ve geleneksel alışveriş tehdit altında. Online alışveriş, ardından yükselen mobil alışveriş ve sosyal alışveriş, geleneksel fiziksel mağazacılığın cirolarını büyük ölçüde etkiliyor. Çok kanallı perakende uygulamalarıyla, fiziksel mağazayı sosyal medya hesapları, e-ticaret sitesi, mobil uygulamalar ile bir bütün haline getiren firmalar, daha büyük bir kitleye ulaşarak satışlarını ve karlılıklarını artırıyor. Bu anlamda e-ticareti bir maliyet azaltma yöntemi olarak değil, sürekli yatırım yapılarak geliştirilmesi gereken yeni bir kar merkezi olarak değerlendirmek daha doğru olacak." dedi.

Perakende sektörünün çok büyük boyutlarda tüketici verisine sahip olduğunu vurgulayan Çetinkaya, "Büyük veriyi yönetmek her sektörde çok önemli ancak perakende sektörü için kritik önemde. Çünkü sektörün atacağı her adım artık bu analizlerin doğruluğuna bağlı. Verilerle beslenen yapay zekanın etkin kullanımına dek uzanan dijitalleşme adımları, müşteri hizmetindeki başarı ve yaratılan müşteri memnuniyetinin büyüklüğü ciroları da doğrudan etkiliyor. Bu nedenle veri analitiği sektörün öncelikli gündem maddelerinden biri haline geliyor. Müşterisini anlayan, tedarik zincirini doğru yöneten ve teknolojinin sunduğu fırsatları öngörebilen perakendeciler, kısaca start-up gibi düşünebilen perakendeciler büyümeye sürdürecektir" diye konuştu.

Perakende Sektörel Bakış raporundan öne çıkan bazı başlıklar şöyle:

- Dünya çapında e-ticaret dahil perakende satışlarının, 2017 yıl sonunda 23,445 milyar dolar olduğu hesaplanıyor. E-ticaret sektörü her yıl, geleneksel perakende sektöründen yaklaşık yüzde 1 oranında pay alıyor.
- Perakende e-ticaret satışları 2017 sonunda dünya çapında yaklaşık 2,350 milyar doları buldu. Bu

oran toplam perakende satışlarının yüzde 10,1'ini oluşturuyor. Küresel e-ticaretin toplam perakende satışları içerisindeki payı 2011'de yüzde 3,6 ve 2016'da yüzde 8,7'di.

- Küresel e-ticaret satışlarının 2021 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 16 artması ve 4,479 milyar dolara çıkması bekleniyor.

- E-ticaretin en başarılı ülkesi Çin'de, 2012 yılında e-ticaretin toplam perakende içerisindeki payı yüzde 4 idi. Bu oran 4 yıl içinde yüzde 17 düzeyine geldi. 2020 yılına gelindiğinde ise Çin'in dünya e-ticaret hacminin yüzde 60'ını oluşturması bekleniyor.

- ABD'de ise ülkenin en önemli geleneksel perakendecileri e-ticaret alanında önemli yatırımlar yapıyor. ABD toplam e-ticaret satışlarının yüzde 79'unu yapan en büyük 25 firmanın 18'i, geleneksel perakendecilerden oluşuyor.

Türkiye'de sıkıntılara rağmen büyüyor!

- Türkiye perakende pazarının yaklaşık yüzde 67'sini geleneksel perakende, yüzde 33'ünü ise organize perakende oluşturuyor.

- AVM yatırımlarındaki büyük artış, geleneksel perakendenin içinde bulunduğu rekabet çıkmazı, tüketici davranışlarındaki değişim ve alışveriş alışkanlıklarını kökünden sarsan teknolojik gelişmeler, agresif büyüyen indirim marketlerinin önemli buldukları lokasyonlarda satın alma veya devralma yöntemiyle hızlı büyümesi geleneksel perakende anlayışını sarsıyor.

- Organize perakende sektörü son 10 yılda birçok yabancı yatırımcıyı kaybetmesine rağmen, yerel yatırımcıların mağaza sayısı bazında sergilediği agresif büyümenin önemli katkısıyla, gelişimini sürdürdü. Ancak büyüme oranları, perakende sektörünün sıkıntılı bir dönemden geçtiği gerçeğini değiştirmiyor. Diğer yandan tüm bu gelişmelerin toplam perakende yatırımlarını durdurmadığını görüyoruz. Hatta bu tablodan yararlanan yüksek indirim mağazacılığı, son 5 yılda büyük bir hızla büyüdü. Yüksek indirim mağazacılığı yapısında faaliyet gösteren marketler, A ve B sosyoekonomik gruplarından da müşteri çekmeyi sürdürerek büyük bir ivme yakaladı. Mevcut mağaza sayıları incelendiğinde Türkiye perakende sektörünün en önemli 2 yüksek indirim perakende zinciri toplamda 13 binin üzerinde mağazayla tüketiciye ulaşıyor.

- Yarattığı toplam istihdam bakımından tüm sektörler içerisinde ikinci sırayı alan perakende sektöründe 2016 yılı istihdamı 1 milyon 810 bin, 2017 yılı Eylül sonu itibarı ile ise 1 milyon 925 bin kişi oldu.

Pazar AVM'ye doydular!

- Türkiye'de 1995 yılında 12 olan AVM sayısı, 2016 yılında 387'ye yükseldi. 2017 Eylül ayında 415 olan AVM sayısının, 2018'de 463'e, 2019'da 465'e yükselmesi bekleniyor. Bu gelişme, 1990'lı ve 2000'li yıllarda yaşanan hızlı büyüme ivmesinin, 2020'ye doğru yerini daha stabil bir çizgiye bırakacağını ortaya koyuyor.

- Ancak arzdaki hızlı artış doluluk oranlarına yansımada ve 2017'de yeni açılan AVM'lerde doluluk oranları ancak yüzde 50 düzeyinde kaldı. Yüksek kira bedelleri genel olarak AVM doluluğunun önündeki en önemli etken.

- Son 3 yıllık analizlere göre 2017 ve 2018 yıllarında adet bazında yıllık ortalama yüzde 15 olan büyüme oranı, 2019'da sadece yüzde 1 düzeyinde olacak.

- Türkiye genelinde AVM yatırımlarının yerli ve yabancı sermaye dağılımını incelediğimizde, yerli yatırımcılar alan bazında yaklaşık yüzde 73 payla ön sırada yer alıyor. Toplam 11,8 milyon m2 kiralanabilir alanın yaklaşık 8,6 milyon m2'sinde yerli yatırımcı bulunuyor. Yabancı sermayenin içinde bulunduğu kiralanabilir alan, toplam alanın yüzde 23'ünü kapsıyor. Geriye kalan yüzde 4'lük kısım ise yerli-yabancı yatırımcı ortak yapımı projelerden oluşuyor.

- Önümüzdeki yıllarda planlanan AVM projelerinde de yerli yatırımcıların baskın rolü sürüyor.

Online perakendeci açık ara önde!

- Perakende sektörünü değiştiren en önemli unsur internet üzerinden alışverişin yükselmesi. Türkiye'deki organize perakende cirosunun yüzde 97'sini ve sektör istihdamının yüzde 99'unu gerçekleştiren perakende oyuncularını, toplam e-ticaret cirosunun sadece yüzde 30'unu oluşturuyor. Sadece online perakendecilerin e-ticaret sektöründeki payı ise yüzde 70. Temelinde birer teknoloji şirketi olan sadece online perakendeciler, geleneksel perakende oyuncularını e-ticaret oyununda oldukça geride bırakmış görünüyor. Bu oranlar perakende sektörü oyuncularının e-ticaret yatırımlarını bir an önce gündeme getirmeleri ve tamamlamaları, hatta sosyal ticaret alanında yatırım yapmaları gerektiğini söylüyor.

- Perakende sektörünün 2018 yılında ciro artışını sürdürmesi bekleniyor.

- Yerel marketlerin el değiştirme hızının 2018'de artacağı öngörülüyor. Büyük yerel marketler daha küçük ölçekli yerel oyuncularını satın alırken, ulusal zincirler de özellikle ekonomik zorluk yaşayan yerel zincirleri değerlendiriyor.

FİBABANKA'DAN 300 MİLYON ABD DOLARI TUTARINDA EUROBOND İHRACI!



Fibabanka, uluslararası piyasalarda 300 milyon ABD Doları tutarında 5 yıl vadeli ilk Eurobond ihracını gerçekleştirdi. 2018 yılının da ilk ihraçları arasında yer alan işleme, ağırlıklı olarak İngiltere ve diğer Avrupa ülkelerindeki yatırımcılardan talep geldi. Gelen yoğun ilgi karşısında duyurulan ihraç faizini aşağı yönde revize eden Fibabanka, ihracı %6 sabit faiz oranı ile tamamladı. Fibabanka Genel Müdürü Ömer Mert: "Fibabanka olarak, Mayıs 2017'de gerçekleştirdiğimiz 10 yıl vadeli katkı sermaye niteliği taşıyan tahvil ihracından sonra uluslararası piyasalarda gerçekleştirdiğimiz ikinci ihracımızı da büyük bir başarı ile tamamlamaktan mutluluk duyuyoruz. Yabancı yatırımcılar nezdinde Bankamıza duyulan güven gurur verici. Yurtdışından temin edilen uzun vadeli bu yeni kaynak, Fibabanka'nın büyümesine ve Türk ekonomisine verdiği desteği artırarak sürdürmesine imkan sağlayacaktır" dedi.

İŞ BANKASI'NA 412 MİLYON DOLAR TUTARINDA KAYNAK!



Kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings tarafından "A-" notu verilen ve 7 dilimden oluşan işleme, ticari bankaların yanı sıra Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) da yatırımcı olarak katıldı. EBRD tarafından sağlanan 55 milyon ABD Doları tutarındaki kaynak, "Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansman Programı"nın üçüncü fazı kapsamında yenilenebilir enerji ve kaynak verimliliği yatırımlarının finansmanında kullanılacak.

İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Yılmaz Ertürk, konuya ilişkin yaptığı değerlendirmede, yurt dışından gelen havale akımlarına dayalı seküritizasyon işlemlerinin Türk bankalarının uluslararası fonlama kaynakları arasında önemli bir yer tuttuğunu vurgulayarak, şunları söyledi: "İş Bankası olarak, seküritizasyon piyasalarından 2000 yılından bu yana kaynak sağlıyoruz. Başarıyla tamamladığımız yeni seküritizasyon işlemi ile aldığımız kredi, finansman kaynaklarımızın çeşitlendirilmesine ve vadesinin uzatılmasına katkıda bulunacak. Ayrıca, dünya ve ülkemiz için giderek daha önemli hale gelen yenilenebilir enerji ve kaynak verimliliği projelerinin finanse edilmesi konusunda piyasaya sunduğumuz desteğin artarak devam etmesine de olanak sağlayacak. Diğer yandan Bankamız sendikasyon, seküritizasyon, ikili anlaşma ve eurotahvil ihracı yoluyla 2017 yılının başından beri yurt dışından 7,7 milyar ABD Doları civarında kaynak sağladı. Türk bankacılık sektörü genelinde bakılacak olursa, 2017 yılı Ekim ayı itibarıyla Türk bankalarının sendikasyon ve seküritizasyon kredileri ile eurotahvil ihraç bakiyeleri toplamı, 2016 yıl sonuna göre %6,1 oranında artarak 60,9 milyar ABD Dolarına ulaştı. Bu da gösteriyor ki sektörün yurt dışından fon sağlama kabiliyeti her koşulda yüksek ve istikrarını koruyor."

KUVEYT TÜRK 2018'E HIZLI BAŞLADI!

Kuveyt Türk, Ocak ayında toplam 550 Milyon TL tutarlı kira sertifikası ihracı gerçekleştirerek 2018 yılına hızlı başladı.

Türkiye'yi kira sertifikasıyla (sukuk) tanıştıran sektörün öncü katılım bankası Kuveyt Türk, Ocak ayının ilk döneminde toplam 550 milyon TL tutarlı kira sertifikası ihracı gerçekleştirerek 2018'e hızlı bir başlangıç yaptı. Kuveyt Türk'ün talep toplamasını 2 Ocak'ta gerçekleştirdiği 104 gün vadeli, 350 milyon TL tutarındaki kira sertifikaları 17 Nisan 2018'de, talep toplamasını 16 Ocak'ta gerçekleştirdiği 120 gün vadeli, 200 milyon TL tutarında kira sertifikaları ise 17 Mayıs 2018'de anapara ve getiriyle birlikte vadelerinde sahiplerine dağıtılacak.

Kuveyt Türk Hazine ve Uluslararası Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Dr. Ruşen Ahmet Albayrak, "2017 yılında yurtiçinde bir önceki yıla kıyasla yüzde 35'lik bir artışla toplam 2.3 milyar TL tutarında kira sertifikası ihraç ettik. Bu rakam, katılım bankacılığı sektörünün TL cinsinden yıllık en yüksek tutarlı kira sertifikası ihracıydı. Aralık 2017'de Sermaye Piyasası Kurulu'ndan alınan 5 milyar TL'lik limit dâhilinde bu yıl toplam 550 milyon TL tutarındaki ilk ihraçlarımızı gerçekleştirerek yeni yıla hızlı bir başlangıç yaptık. 2018'de faizsiz fonların büyümesine, kira sertifikasına olan ilginin ve farkındalığın artmasına paralel olarak ihraç hacmimizi yeni sukuk modelleriyle çeşitlendirerek artırmayı planlıyoruz. Gelecek aylarda nitelikli yatırımcıya yapılan ihraçların yanı sıra halka arz yoluyla kira sertifikası ihraçları gerçekleştireceğiz" dedi.



YAPI KREDİ'DEN TÜRKİYE'DE BİR İLK DAHA!

Türkiye'nin dijital bankası Yapı Kredi, bankacılığın dijital dönüşümünde ilklere imza atmaya 2018 yılında da devam ediyor. Yapı Kredi Mobil'e giriş yapmak için müşterilerin artık kredi kartlarını NFC özelliği olan cep telefonlarına yaklaştırmaları ve kart şifrelerini girmeleri yeterli oluyor. Türkiye'de bir ilk olan bu özellik aynı zamanda NFC teknolojisinin de sınırlarını genişletiyor.

Müşterilerinin Yapı Kredi Mobil'e girişlerine bir alternatif daha ekleyerek hayatlarını kolaylaştırdıklarını belirten Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı Yakup Doğan, bu yeni özellik ile ilgili şu değerlendirmede bulundu: "Yenilikçilik yaklaşımımız, müşteri odaklı bankacılık anlayışımız ve bankacılığın dijital dönüşümüne sektörde öncülük etme vizyonumuz bize büyük sorumluluklar yüklüyor. Bu doğrultuda pek çok ilki gerçekleştiren Yapı Kredi olarak birçok başarılı çalışmaya imza attık. Bu yönde de ilerlemeye devam ediyoruz. Bununla birlikte, dijital servislere müşterilerimizin günlük hayatta yaşadıkları zorlukların ve ihtiyaçların neler olduğunu araştırıyor, bu kapsamda onlara en hızlı çözümü sunmak için tüm teknolojileri değerlendiriyoruz.

Yapı Kredi olarak NFC teknolojisini yenilikçi bir yaklaşımla Türkiye'de ilk defa bir mobil bankacılık uygulamasına girişte kullanmaya başladık. Müşterilerimizin Yapı Kredi Mobil'i açıp, giriş alanındaki kart ikonuna tıkladıktan sonra kartlarını Android telefonlarının arkasındaki NFC okuyucu alanına yaklaştırmaları yeterli oluyor. Kredi kartını algılayan Yapı Kredi Mobil, giriş ekranında kullanıcılardan kart şifrelerini tuşlamalarını istiyor. Böylece başka bir işleme gerek kalmadan giriş sağlanıyor. Sene içinde müşterilerimizi, hayatlarını kolaylaştıracak yenilikçi teknolojilerle buluşturmaya ve bankacılığın dijital dönüşümüne devrim yaratan ilklerimizle öncülük etmeye devam edeceğiz."



HANTAL ŞİRKETLER KAYBEDERKEN ÇEVİKLER KAZANIYOR!

Hizmet sektörünün global oyuncusu Sodexo Entegre Hizmet Yönetimi, farklı araştırmalar ve görüşlerden derlediği "Workplace Report"un sonuçlarını açıklamaya devam ediyor.



Rapora göre; günümüzde işyerleri, teknolojiye hızlı adapte olarak, pazarlara hızlı katılarak, duyarlı ve atik davranarak, farklı kültürler, sınırlar ve işyerleri ile çalışarak daha çevik olabiliyor ve bu sayede performanslarını arttırabiliyorlar.

21. Yüzyıl'da organizasyonların çevikleşmesi ve gelişmesinin, çalışanları da çevik olmaya teşvik ettiğini belirten Sodexo Entegre Hizmet Yönetimi CEO'su Ahmet Zeytinoğlu, "Özellikle teknolojiyi iyi kullanan ve topluma karşı sorumlu davranan çevik (agile) yöntemleri benimsemiş şirketler daha iyi performans gösteriyor. Henüz çağa ayak uydurmayan hantal şirketler organizasyon yapılarını ve iş yapış biçimlerini acilen değiştirmeli" diye konuştu.

Türkiye'nin en prestijli şirketlerine ve kamu kuruluşlarına yaşam kalitesi hizmetleri sunan Sodexo Entegre Hizmet Yönetimi, Dünya çapında 80 ülkede hizmet veren Sodexo'nun birçok araştırma ve görüşü derleyerek hazırladığı "Workplace Trends Report"un sonuçlarını açıklamaya devam ediyor. Geçtiğimiz 10 yılda, teknolojinin de gelişmesiyle birlikte kurumsal normların istikrarlı bir şekilde çevik organizasyonlara dönüştüğü belirtilen raporda, atik organizasyonlara geçiş süreçlerini başarıyla tamamlayan takımlarda verimlilik artışının gözlendiği açıklandı. Teknolojik anlamda kendini geliştirmenin yanı sıra toplumsal sorunlara daha duyarlı olan ve bu konuda atik davranan şirketlerin, toplumla ve çalıştığı topluluklarla bağlarını güçlendirerek diğer şirketlere oranla pazarlara daha hızlı dahil oldukları gözlendi.

21. Yüzyılda organizasyonların, iş yapış biçimlerini değiştirip çevik (agile) yöntemleri benimsemesi, çalışanların da bu yapıya ayak uydurmasını zorunlu kıldı. Raporda; çevik şirketlerin, rekabette öne çıkabilmeleri için daha yaratıcı, yenilikçi, motivasyonu kuvvetli bireylerle çalışmak istediğine vurgu yapıldı. Raporda, çalışanların gözünden çevik şirket algısına da yer verildi: Bireyler, yeni şeyler öğrenebileceği, gelişebileceği, sorumluluk alabileceği, çalıştığı şirketin bir parçasıymış gibi hissedebileceği, aynı zamanda yaratıcı olabileceği şirketlerde çalışmak istiyor.

Değişime kapalı şirketleri bekleyen büyük tehlike! Sodexo Entegre Hizmet Yönetimi CEO'su Ahmet Zeytinoğlu, alışkanlıklarından kurtulamayan şirketlerin çağın gerisinde kaldığını belirterek bu şirketleri bekleyen tehlikeye dikkat çekti. Teknolojinin çok hızlı ilerlediğini ve yaşadığımız çağın dijital olarak adlandırıldığını belirten Zeytinoğlu, "Şirketler bir yandan dijital dönüşümlerini gerçekleştirirken bir yandan da toplumla daha sıkı ilişkiler kurmaya çalışıyor. Çünkü yapılan araştırmalar gösteriyor ki, 2025'te iş gücünün %75'ini oluşturacak olan Y jenerasyonunun beklentileri günümüzden çok farklı. Yani toplulukların beklentileri de çağ ile birlikte değişiyor. Y jenerasyonu topluma daha duyarlı, esnek çalışma imkanı veren, fakat bunun yanında çalışanlarına yaratıcılıklarını kullanabilecekleri ve kendilerini geliştirebilecekleri alanlar sunan şirketleri tercih ediyor" diye konuştu. Zeytinoğlu, geleneksel ve değişime kapalı olan şirketlerin yakın gelecekte kalifiye iş gücüne ulaşamayacağını, diğer şirketlerle rekabet edemeyeceğini sözlerine ekledi.

OCAK AYININ KAZANANI "ALTIN", KAYBEDENİ "DOLAR" OLDU!

Ons altın, 2017 yılının son günlerinde başlattığı yukarı yönlü hareketini 2018 yılının ilk ayında da sürdürdü. Yıla güçlü bir şekilde giriş yapan ons altının ocak ayında da güçlü görünümü koruduğunu izledik. 1300\$ seviyesi üzerinde başlayan ons altın ocak ayını tamamladığımız şu günlerde 1362\$ üzerinde şekillendiği görülüyor.

Altında başlayan bu rallinin arkasında en başta zayıf doların etkili olduğunun altını çizmek gerekir. Herhangi bir güvenli liman talebi ile desteklenmeyen ons altını şu dönemde güçlü tutan tek gelişme küresel piyasalarda son 3.5 yılın en kötü dönemini yaşayan doların etkili olduğunu söyleyebiliriz.

Dolar neden zayıf sorusuna cevap vermeden önce neden güçlenemiyor diye bakmak daha uygun olabilir. 2017 yılının son Fed toplantısında piyasalarda sürpriz bir karar izlenmedi. Güvercin bir hava yaratan Fed'in ardından vergi paketinin onaylanması derken dolar için toparlanacak yeni bir neden kalmadı. Bunun yanı sıra ekonomik verilerden de destek bulamayan doların son etkilendiği gelişme ise ABD hükümetinin kapanması oldu.

ABD Başkanı D.Trump'ın birinci yıl dönümünde kısmen hükümetin kapanma süreci doları negatif etkiledi. Ons altın bu süreç çerçevesinde yukarı yönlü ivmesini bozmadan devam ettirirken doların kayıplarının nereye kadar devam ettireceği de merak konusu oldu. Üç gün kapalı olan ABD hükümeti için senato harekete geçerek dördüncü kez geçici bir bütçeyi onayladı ve hükümetin 8 Şubat tarihine kadar açık kalmasını sağladılar. Fakat bu da doların toparlanması için yeterli olmadı. Biz yine Şubat ayı içerisinde bütçe tasarısı belirsizliğini takip edeceğiz. 8 Şubat tarihi yaklaştığında yeniden soru işaretleri gündeme gelebileceği gibi hükümetin kapanma ihtimalleri aslında yine masada olacak. Birinci olarak bunu not almak gerekir çünkü bu gelişme her zaman arka planda varken ons altının böyle bir ortamda geri çekilmelerinin sınırlı kalabileceğini düşünüyoruz.

İkinci olarak şubat ayında ABD cephesindeki ekonomik veriler daha çok ön planda olacak çünkü ay içerisinde bir Fed toplantısı yer almayacak. Yalnızca mart ayı faiz artırım beklentilerinin şubat ayı sonlarında piyasalar üzerinde nasıl bir fiyatlamaya neden olabileceğine dikkat etmek gerekir. Bunun yanı sıra şubat ayından sonraki toplantılarda yeni bir Fed komitesi ile yol alacağız. Bu nedenle karar metnindeki dil değişikliğinin yanı sıra komitede boşalan dört koltuğa kimin oturacağı henüz belli değil. Atamaları da Trump'ın yapacağı göz önüne alındığında açıkçası isimlerin piyasalarda



İntegral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Analisti Aylin Cevizci

yeni bir fiyatlamaya neden olabileceğini söylemek mümkün. Ons altının bu gelişmeleri göz önüne alarak değerlendirdiğimizde şubat ayını da güçlü bir şekilde devam ettireceğini söyleyebiliriz. Buraya ek olarak ABD'nin siyasi kanadından gelecek açıklamalarında önemli olacağını düşünüyoruz. Dünya ekonomi forumunda ABD Hazine Bakanı S.Mnuchin, zayıf doların ABD için iyi olabileceğine vurgu yapması doların zayıflamasına neden olurken bu tarz mesajların ons altını her zaman pozitif etkileyebileceğini söyleyebiliriz.

Son olarak ons altın açısından şubat ayı içerisinde ABD dışında iki merkez bankasına daha dikkat etmek gerekir. Biri ECB diğeri ise BoJ olarak karşımıza çıkıyor. Nedeni ise sıkı para politika adımlarına ya da enflasyona dair iyimser sinyaller veren bu bankaların söylemleri ve piyasaya tutacağı ışık hep bu yönde olursa ons altının bu durumda negatif fiyatlanmasına neden olabilir.

Sonuç olarak zayıf dolar algısının şubat ayında da korunması ve doları destekleyebilecek bir gelişmenin yer almaması halinde ons altında pozitif görünümün bir süre daha devam edeceğini düşünüyorum. Teknik olarak 1377\$ seviyesinin önemli olabileceğini belirtmekte fayda var. Aşağıda ise 1342\$ - 1327\$ iyi bir destek alanı olarak çalışmakta. Ayrıca Altının şu anki bulunduğu 1362\$ seviyeleri önemli direnç seviyeleri olarak karşımıza çıkıyor. 1342\$ seviyesinin altına düşmediği sürece geri çekilmelerin sınırlı olmasını bekliyoruz.

2018'DE ÖNE ÇIKACAK 4 İNSAN KAYNAKLARI TRENDİ!

Adecco Group Türkiye, 2018'de insan kaynakları alanında yapay zeka temelli uygulamalar, esnek çalışma modeli, online eğitim ve çalışan deneyiminin öne çıkacağını öngörüyor.



İnsan kaynakları ve istihdam çözümleri konusunda dünya lideri The Adecco Group, 2018 yılında insan kaynakları piyasasında öne çıkması beklenen trendlere ışık tutuyor. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte çalışan verimliliğini ve performansını artıracak uygulamaların ağırlık kazanacağı 2018 yılında, şirketler de büyüme stratejileri kapsamında kendi iş yapış şekillerine en yakın uygulamaları hayata geçirecek.

2018 yılında dijitalleşmeyi ve onun getirdiği yenilikleri insan kaynakları piyasasında daha sık bir şekilde görmeye başlayacaklarını belirten Adecco Türkiye Genel Müdürü Massimo Nava, "Dijitalleşmenin tüm sektörleri ve iş kollarını dönüştürdüğü bir çağda, insan kaynakları departmanları da bu dönüşüme ayak uydurmak için çalışan memnuniyetini ön planda tutan ve şirket iş yapış şekilleriyle uyumlu uygulamaları hayata geçiriyor. Bu kapsamda 2018 yılında yapay zekanın İK süreçlerinde daha fazla kullanıldığını, esnek çalışma modellerinin artan sayıda İK departmanı tarafından kullanılmaya başlandığını, zamandan tasarruf sağlayarak verimliliği artıran online eğitimlerin daha da yaygınlaştığını ve çalışan deneyimini kalıcı bir şekilde artıran uygulamaların hayata geçtiğini göreceğiz. Bu trendleri başarılı bir şekilde uygulayan şirketler, hem kendi performanslarını hem de çalışan memnuniyetini en üst seviyede tutma yolunda önemli bir adım atacak," dedi.

İşte 2018 yılında işgücü piyasasında öne çıkması beklenen trendler:

1) Yapay Zeka: Hayatımızın her alanında görmeye başladığımız yapay zeka teknolojisi, insan kaynakları sektöründe de kendini iyice hissettirmeye başlayacak. Yeni iş kolları yaratmanın yanı sıra mevcut iş kollarını da teknolojinin gereksinimlerine uyarlayan yapay zeka sayesinde insan kaynakları departmanlarının derlediği veriler, çok daha hızlı bir şekilde işlenip anlamlı bir bütüne dönüşecek. Makineler ve insanlar arasındaki bu işbirliği sayesinde işletmeler operasyonel verimliliklerini artırmanın yanı sıra maliyetlerde de önemli bir avantaj sağlayacak.

2) Esnek Çalışma Modeli: Son yıllarda İK departmanlarının uygulamaya koyduğu popüler uygulamalar arasında yer alan esnek çalışma modeline 2018'de daha fazla şirket geçiş yapacak. Çalışan verimliliğine ve motivasyonuna önemli katkılar sağlayan bu model sayesinde çalışanlar, belirlenen günlerde ofis dışındaki bir mekandan işlerini yürütebiliyor. Birçok İK departmanının gündemin yer alan bu uygulama, çalışan memnuniyeti anketlerinde de ilk talepler arasında yer alıyor.

3) Online Eğitim: Dünyada trendi her geçen gün artan online eğitim, işgücü piyasası için de büyük kolaylıklar sağlıyor. Dijital dönüşüm ile birlikte daha önce geleneksel kanallarda bulunan yaygın eğitimi 2018 yılıyla birlikte artan bir şekilde online platformlarda görmeye başlayacağız. Çalışanlara istedikleri zaman, istedikleri yerden ve istedikleri eğitime katılma fırsatı veren uygulama, zamandan tasarruf sağlayarak iş süreçlerini hızlandırıyor.

4) Çalışan deneyimi: İK departmanları, işgücü piyasasında etkisi giderek artan Y kuşağının taleplerini ve beklentilerini karşılamak için yeni uygulamalar hayata geçiriyor. Bu uygulamaların en başında Y kuşağı çalışanlarını işe bağlayacak ve işi eğlenceli kılacak çalışan deneyimi geliyor. Nasıl mağazalarda müşteri deneyimi ekipleri müşterilerin taleplerini karşılamak için çalışıyorsa, İK departmanları da kendi içlerinde kuracakları ekiplerle çalışan memnuniyetini ve bağlılığını en üst seviyede tutmak için çağın gereksinimlerine uygun uygulamaları hayata geçirmeye başlayacak.

TEKNOLOJİ DAHA İNSANCIL HALE GELECEK!

Ericsson (NASDAQ: ERIC) ConsumerLab, her sene olduğu gibi bu yıl da teknolojinin geleceğini şekillendiren 2018 Tüketici Trendleri raporunu açıkladı. Sanal gerçeklik, Internet of Things (IoT - Nesnelerin İnterneti) ve 5G'nin önemli gündem maddelerini oluşturduğu rapora göre, tüketiciler dijital dönüşüm kapsamında teknolojinin insani özelliklerine odaklanıyor.



Ericsson'un teknolojiyi yakından takip eden kullanıcıları incelediği 2018 Tüketici Trendleri raporuna göre, teknolojiye yönelik beklentiler sürekli olarak artış gösteriyor. Tüketiciler dijital teknolojiden her zamankinden daha fazlasını bekliyor, teknolojiye daha pragmatik yaklaşıyor. Günlük hayatın rutininde yer alan cihazların inceliklerini öğrenmekten kaçınan tüketiciler, artık teknolojik cihazlardan kendilerini tanımalarını ve insani kabiliyetlere sahip olmalarını istiyor. Örneğin, tüketiciler evlerine vardıklarında tek bir el hareketiyle lambaları yakmayı, hoparlörden sevdikleri müziklerin

çalmaya başlamasını, yine tek bir göz hareketiyle müziği değiştirebilmeyi hayal ediyor.

Rapor, akıllı asistanlar, sanal gerçeklik, ulaştırma gibi alanlara yönelik beklentileri de ortaya koyuyor. Örneğin, mevcut sesli asistan kullanıcılarının yarısından fazlası, teknolojik cihazlarla etkileşim kurmak için, tıpkı insanlarla olduğu gibi, beden dilini, yüz ifadesini, ses tonunu ve dokunma eylemlerini kullanmayı tercih ediyor. Dahası, rapora katılanların yüzde 39'u, şehirler için artık drone'lar ve uçaklar için özel bir yol ağına gereksinim olduğunu düşünüyor.

Arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçekliğe gelindiğinde ise, kullanıcıların çoğuna göre reklamlar ürünün kendisinin yerine geçecek kadar gerçekçi hale gelecek. Her dört kişiden üçü de sadece beş yıl içerisinde, akıllı telefon fotoğraflarının içerisinde yürümek için sanal gerçeklikten yararlanabileceğine inanıyor.

Devrimsel teknoloji yenilikçi dünyayı inşa edecek!

Kişisel teknolojideki mevcut gelişmeler ve geleceğe yönelik beklentilerin ötesinde, yenilikler, başlıca endüstrileri de şekillendirecek. Otomotiv endüstrisinde gelecek nesil teknolojisi, kendi kendini idare eden araçların, ulaşımı daha etkin ve güvenli hale getirmesine imkan tanıyacak.

Sağlık hizmetlerinde 5G, uzaktan tanı ve ameliyat, hasta takibi, tıp eğitiminde sanal gerçeklik gibi kabiliyetlere imkan tanımanın yanı sıra endüstriyi daha da ileriye taşıyacak birçok gelişmiş araç ve hizmetlerin gerçekleşmesini sağlayacak. Kamu hizmetlerinde, üretimde, finans hizmetlerinde, kamu güvenliğinde, devlet içerisinde ve aslında bölgedeki her sektörde, bu teknolojik yenilikler günlük işlemlerde derinlemesine bir etki oluşturacak.

2018 Tüketici Trendleri raporundaki bilgiler 40'tan fazla ülkedeki 100,000 internet kullanıcısıyla gerçekleştirilen küresel araştırma programı kapsamında yapılan görüşmelere dayanıyor. Çalışma 1.1 milyar vatandaşı temsil etse de, kitlenin teknolojiyi erken dönemde benimseyen bir profili olması dolayısıyla sonuçlar geleceğin trendlerini keşfederken önemli bir rol oynuyor.

ROBOTUN VERGİSİNİ KİM ÖDEYECEK?

Dünya fabrikalardan sonra ofisleri paylaşmaya hazırlandığımız robotların vergisini konuşuyor. Dünyadaki 'Robot vergisi olmalı mı' tartışmasına KPMG Türkiye Vergi Bölümü Başkanı Abdulkadir Kahraman yanıt verdi: Robotlar resmen 'elektronik kişi' olarak tanımlanırsa robot vergisi de gündeme gelecektir.



Günlük hayat teknolojiyle evrilirken; robot, bot, insansılar ve yapay zekâ gibi teknoloji ürünlerinin iş hayatının içinde aktif olarak yer almasına az kaldı. Küresel iş dünyası, artık çok yakınızda olan dijital hayatın sosyal ve ekonomik kurgusunu sorguluyor. KPMG Türkiye Vergi Bölümü Başkanı, Şirket Ortağı Abdulkadir Kahraman, dünyadaki dijital ekonomiye geçiş ve robotların vergilendirilmesi tartışmasına dikkat çekerek, "Ekonomik hayatın içine girmeye başlayan robotlar nedeniyle dünyada böyle bir gündem var. Robotların 'elektronik kişi' olarak sınıflandırılması halinde bir 'robot vergisi'nden söz etmek mümkün olur" dedi.

Kahraman, dünyadaki robot vergisi tartışmasını yorumladı. Robotların vergilendirilmesi konusunun

Microsoft kurucusu Bill Gates'in önerisi ile gündeme geldiğini ve Avrupa Parlamentosu'nda tartışıldığını vurgulayan Kahraman, şunları söyledi: "Bill Gates yürürlüğe konulacak bir robot vergisinden elde edilecek gelirin, yaşlılara bakım veya ihtiyaç sahibi okul çağı çocukları için finans kaynağı olarak kullanılabileceğini söyledi. Gates'in yaklaşımı, işçiler gibi robotların da elde ettiği gelirin ücret üzerinden vergilendirilmesini amaçlıyor. Önerisinin nedenini 'Bir işçi fabrikada çalışması karşılığı 50 bin dolarlık gelir kazanıyorsa, bu gelirin vergilendirildiğini ve eğer bir robot aynı şeyi yapıyorsa robotun da benzer şekilde vergi ödeyeceğini düşünürsünüz' diye açıklıyor. Bu teorik veya felsefi bir tartışma değil. Konu 2017'de Avrupa Parlamentosu gündemine geldi. Parlamenta sunulan taslak metinde

robotların 'elektronik kişiler' olarak sınıflandırılması ve elektronik kişi sayılan robotların sahiplerinin veya işverenlerinin vergi ödemekle yükümlü kılınması öneriliyordu. AP, bir robot yasası düzenlenmesine 'evet' dedi ama 'robot vergisi' getirilmesini reddetti. Ancak bu, 'elektronik kişi' tanımına dayalı robot vergilemesinin ileride gündeme gelmeyeceği anlamına gelmiyor. Robotların, insanların işlerini ve mesleklerini ciddi oranda tehdit ettiği zaman robot vergisi yükümlülüğü tekrar gündeme gelecektir."

Sophia mükellef ama Suudiler'de gelir vergisi yok!

'Kişi' tanımlamasının ardından farklı sosyal ve etik düzenlemelere de ihtiyaç olacağını belirten Kahraman şöyle devam etti: "Çünkü verginin süjesi 'kişi'. 'Gerçek kişi' veya 'anonim şirket / limited şirket gibi tüzel kişi' gelir elde edebilir. Yani gerçek kişi, emek karşılığı gelir elde ederse 'ücret geliri', kurum gelir elde ederse 'ticari kazanç' olur. Diğer bir deyişle, robotlar kişi olarak tanımlanmadığı sürece, şirketlerin aktifinde yer alan bilgisayarlar gibi demirbaş muamelesine tabi tutulacaklar. Kişi olarak tanımlanırsa bu sefer geliri kim elde etmiş sayılacak, robot mu, sahibi mi? Robot kendi gelirini mi harcayacak? Bu sorulara mevcut yasal altyapı ile cevap vermek zor. Ekonomik, sosyal ve etik tanımlamalar içeren yasal düzenlemelere ihtiyaç var. Suudi Arabistan'daki bir iş zirvesinde vatandaş olarak tanıtılan robot Sophia, Suudi vatandaşlarla aynı özlük haklarına sahip oldu. Bu durumda Sophia gelir vergisi ödemek zorunda. Ama Suudi Arabistan'da gelir üzerinden alınan vergi yok. Tabii bir de Sophia'nın çalışma iznine sahip olup olmadığını bilmiyoruz."

Teknoloji ülkelerinde durum ne?

Güney Kore: Hükümet 2017'de 'robot vergisi'ni vergi tasarısına aldı. Öneri kabul edilip yürürlüğe girerse dünyanın ilk 'robot vergisi' haline gelecek. Bu öneri, robotik teknolojilerine yatırım yapan mükelleflere uygulanabilecek vergi teşviklerinin azaltılmasını içeriyor.

AB: Avrupa Parlamentosunun robotlar için yasal çerçeve hazırlanması hukuk devleti ve mülkiyet hakkının korunması açısından çok büyük öneme sahip. Parlamenta'ya önerilen ve reddedilen robot vergisi daha çok robot kullanımı ile oraya çıkan istihdam kayıplarına dayalı sorunları yönetmeyi amaçlıyor.

ABD: Tam tersi bir sermaye yatırımı olarak 2017 yılı sonunda yürürlüğe giren 'Vergi İndirimi ve İşgücü Yasası' makine ve teçhizat alımlarına yüzde 100 indirim imkânı tanıdı. ABD'nin gündeminde böyle bir vergi yok.

Dijital ekonomi nasıl vergilenecek?

Tartışmanın robotlarla sınırlı kalmadığını hatırlatan Kahraman, dijital ekonominin vergilendirilmesiyle ilgili gündemi şöyle özetledi: "Dünya 'dijital çağ' diye adlandırdığımız yeni bir çağın tam ortasında. Dijitalleşme mal ve hizmet maliyetlerini önemli ölçüde azaltırken veri toplama, depolama ve bilgisayarların işleme hızı sayesinde ekonomik faaliyetleri de değiştirip dönüştürüyor. UNCTAD'ın 2017 Bilgi Ekonomisi Raporu'na göre; Bilgi İletişim Teknolojileri (BİT) ürünleri 2015 yılında global gayrisafi yurtiçi hasılasının (GSYİH) yüzde 6.5'ine ulaştı. Sektörde 100 milyon kişi istihdam ediliyor. 2015'teki e-ticaret satışlarının hacmi 25.3 trilyon dolar... Bu tabloda, daha akıllı ve çevik hale gelen robotlar da sahneye çıkmaya başladı. Şimdi, yapay zeka veya makine öğrenme algoritmaları sayesinde robotlar giderek otomatikleştirilmiş, büyük ölçekte öngörülmesi ve karar alma yetenekleri ile daha sofistike hale geliyor. Dolayısıyla dijital ekonomideki bu gelişmeler, yerel ve ulusal vergilendirme için de zorluklar ortaya çıkardı."

Kahraman, şöyle devam etti: "Modern vergileme sistemlerinin temelinde 'işyeri kavramı' yatar.

Vergilemenin esası, işyeri ile ilişkilendirilebilen kazançtır. Oysa dijital ekonomide 'fiziki işyeri' tanımının karşılığı yok. Çünkü dijital ekonomi şirketlerinde gördüğümüz bir başka gerçek var; AirBnB hiçbir taşınmaz sahibi değil, Alibaba envanter taşımıyor, booking.com otel sahibi değil, Twitter ve Facebook içerik üretmiyor. Bu nedenlerle, dijital ekonomi şirketlerini vergilemek kolay değil."

Sanal işyeri tanımı yapılmalı!

Hükümetlerin, dijital ekonominin yarattığı yeni iş modellerini vergilerken kısa vadeli ve uzun vadeli olmak üzere iki tür çözüm bulduğunu belirten Kahraman, "Kısa vadeli çözümler; 'ciro üzerinden eşitleme veya dengeleme vergisi', 'stopaj vergisi' ve 'dijital hizmetler veya reklamcılık faaliyetlerinden elden edilen gelirler üzerinden vergi alınması' olarak sıralanabilir. Bu tercih, verginin tüketiciye yansıtılmasıyla sonuçlanabilir. Uzun vadeli çözüm ise uluslararası vergileme modelinde 'sanal işyeri' tanımının geliştirilmesini gerekli kılıyor. Sanal işyeri tanımı yapılarak buradan elde edilen kazançları vergilemek suretiyle vergi tabanı genişletilmeli. Robot vergilemesi Sophia gibi robotlarla sınırlı değil. Yapay zekâya sahip bir bilgisayar veya robotların kullanıldığı bir otomotiv üretim tesisi de aynı kapsamdadır. Bir kurum robotik yatırımları ile elde ettiği verimlilik sayesinde daha fazla kazanç sağlıyorsa bu kazanç üzerinden daha fazla vergi ödeyerek vergi gelirlerinin yükselmesine katkı sağlayabilir. Tabii bu gelir, vergileme yapılan bir ülkede elde edilmiş ise..."

GENEL MÜDÜRLÜK OUT, CEO'LUK IN!

Günümüzde görev fonksiyonları kısıtlı olsa da tercih edilen unvanlar bir hayli prestij kokuyor. Küçük pozisyonların büyük isimlere sahip olduğu iş dünyasında en çok karmaşayı ise CEO ile genel müdürlük kavramları yaratıyor.



CEO unvanı kullanımının son 4 yılda 3 kat artış gösterdiğini ifade eden bidolubaski.com'un verilerine göre Y kuşağı ise titrlerden uzak durmaya çalışıyor.

İş pozisyonlarını tanımlayan unvanlar son dönemde bir hayli değişikliğe uğramış görünüyor. Artık titrler sorumlu olunan pozisyonun fonksiyonunu yansıtmaktan ziyade bir bakıma prestij göstergesi olarak tercih ediliyor.

Çalışanlar kartvizitlerinde yazan unvanları özellikle C-Suite yani tepe yönetici pozisyonlarından seçmeye özen göstererek bir nevi önemsenmek istediklerini vurguluyor ki özellikle Türkiye'de CEO, CFO ve COO kavramları artık iç içe geçmiş durumda ve bu unvanların tanımındaki anlam karmaşası da gitgide artıyor.

Bu karmaşanın en çok yaşandığı iki titr ise genel müdürlük koltuğunda oturanların büyük kısmının CEO unvanını kullanmayı seçmesi ile yaşanıyor.

CEO'ların sayısı son 4 yılda 3 kat arttı!

100'ü aşkın ürün ve 10 binin üzerinde ürün varyasyonu ile tüm baskı ihtiyaçlarını tek bir noktadan sağlayan ve yılda yaklaşık 45 milyon kartvizit basımına imza atan

bidolubaski.com'un verilerine göre, her 3 yöneticiden 2'si kendisini CEO olarak tanımlarken, titrini CEO olarak paylaşan kişi sayısı son 4 yılda yaklaşık 3 kat artmış görünüyor.

Bu ciddi artışı profesyonel ağ kurup yönetmeye yardımcı olan sosyal platformlar üzerinden gözlemleyebilmek de mümkün. Öyle ki bu platformlara kayıtlı yaklaşık 18 bin 500 Türk kullanıcı CEO olduğunu ilan ediyor.

Sektörel bazda değerlendirildiğinde ise özellikle bilişim ve inşaat sektörlerinin CEO unvanını kullanmaya düşkün olduğu yüzde 51'lik kullanım oranı ile kendini gösteriyor.

Yeni trend unvansız kartvizitler!

Bidolubaski.com'un dikkat çeken başka bir istatistiği ise yeni bir trendin habercisi olma niteliği taşıyor. Son dönemde basılan kartvizitlerin yüzde 29'unda titr belirtilmiyor.

Bu da özellikle Y kuşağı yöneticilerinin dikey yerine yatay bir yönetim sistemi benimsemesinin ve hiyerarşiyi reddederek herkesin sadece mevcut işine odaklanmasını daha değerli görmesinin bir

OTOMOTİVDE '100 MİLYON' YILI!

KPMG Türkiye, sektörlerin 2018 raporlarını açıklıyor. Ekonominin lokomotif sektörlerinden otomotiv bu yıl yeni kilometre taşlarıyla buluşacak. Teknolojiyle dönüşen sektörde bu yıl üretimin dünyada 100 milyona yaklaşması, Türkiye’de ise 1,7 milyona ulaşması bekleniyor.



Dünyada sektör 2018’de sürücüsüz araçları, sıfır emisyon ve sıfır kaza çalışmalarını konuşmaya devam edecek. Türkiye’nin gündeminde ise vergi oranları, artan hibrit otomobil satışları ve yerli otomobil var. KPMG Türkiye Otomotiv Sektör Lideri Hakan Ölekli, “Teknoloji firmalarının da pazara girmesiyle otomotiv sektörü; geleneksel tasarım ve üretim yapanlar ve otonom çözümler sunanlar olarak ikiye ayrıldı. Artık otomotiv şirketleri birer Ar-Ge merkezi haline geldi. 2018 Türkiye için dönüşüm planlarına uyum sağlanması gereken bir yıl olacak” dedi.

KPMG Otomotiv Sektörel Bakış Raporu 2018 raporunu açıkladı. KPMG Türkiye Otomotiv Sektör Lideri Hakan Ölekli, “Otomotiv sektörü büyük bir dönüşüm içerisine girdi. İngiltere, Almanya, Norveç, Fransa ve dünyanın en büyük otomobil pazarı olan Çin’in benzinli ve dizel araç kullanımını yasaklama planları, büyük bir vizyon değişimini beraberinde getirdi. Geleceği inşa etmek adına sıra dışı bir faaliyet içine giren sektörde, otomotiv şirketleri Ar-Ge merkezi haline geldi. Artık otomotiv şirketlerinin geleneksel üretimini yeni trendlerle geliştirmesi bir tercih değil, zorunluluk... 2018’de sektörün dünya gündeminde sıfır emisyon, sıfır kaza, otonom araçlar yer alıyor. Türkiye’de ise artan vergi oranları ve yerli otomobil tartışması gündemin ilk sıralarında” dedi.

KPMG Otomotiv Sektörel Bakış 2018 raporundan öne çıkan notlar şöyle:

- 2017’de Türkiye’de otomobil pazarı küçüldü, hafif ticari araç pazarı büyüdü. Otomobil satışları 2017 yılında 722 bin 759 oldu. 2016’da ise 756 bin 938 adet otomobil satılmıştı. Satışlardaki azalma oranı yüzde 4,52 oldu. Hafif ticari araç pazarı ise 2016’ya göre yüzde 2,93 artış gösterdi.

Vergiler, otomobil tercihlerini etkiledi!

- Motor hacmine göre vergi uygulaması, müşteri tercihlerini etkiledi. Otomobil pazarında motor hacmine göre satışlarda en yüksek payı yüzde 96,1 oranla 1600cc’nin altındaki otomobiller aldı. 1600cc ve altı için toplam satış rakamı 694 bin 464 olarak gerçekleşti.
- 1600-2000cc aralığındaki otomobiller 21 bin 568 ile satışlardan yüzde 3 pay aldı. 2000cc üstü otomobiller ise toplam satıştan sadece yüzde 0,3 pay alabildi. 2016’ya göre 2000cc ve üstü otomobillerin satışlarında yüzde 47 azalma gerçekleşti.

Hibrit araç satışlarında artış büyük!

- Elektrikli ve hibrit araçların satışları hala beklentilerin altında seyrediyor. 2017 yılında 86 KW altı 55 adet, 121 KW üstü 21 adet olmak üzere toplam 76 elektrikli otomobil satışı gerçekleşti. Hibrit pazarında ise toplam 4 bin 507 araç satıldı. Böylece 2016’ya göre hibrit otomobil satışları yüzde 334 seviyesinde çarpıcı bir artış gösterdi.
- Dizel otomobil satışları düşüşe geçti. 2016’da 465 bin 152 seviyesinde gerçekleşen dizel araç satışı 2017’de yüzde 5,2 oranında düşüş gösterdi. 2017’de 440 bin 890 dizel araç satışı gerçekleşti. Ancak toplam satışlar içerisinde yüzde 61’lik dizel payı önemli bir değişiklik göstermedi.

Otomotiv üretimi yüzde 17 arttı!

- OSD verilerine göre üretim arttı. 2016’nın ilk 11 ayına göre yüzde 16 artış gösteren toplam otomotiv sektörü üretimi, 1 milyon 544 bin adet düzeyinde gerçekleşti. Otomobil üretimi ise aynı döneme oranla yüzde 24 artış gösterdi ve 1 milyon 47 bin adet olarak kaydedildi.
- Otomotiv sektörü son 11 yıldır olduğu gibi 2017’de de en çok ihracat yapılan sektör unvanını kaptırmadı. 1 Ocak-30 Kasım 2017 tarihleri arasında 142 milyar doların üzerinde gerçekleşen Türkiye’nin toplam ihracatının 26 milyar dolarlık bölümü otomotiv sektörü tarafından gerçekleştirildi. Sektörün toplam ihracattaki payı ise ilk 11 aylık dönemde yüzde 19 düzeyine yaklaştı.
- 2017 yılının ilk 11 ayında toplam otomotiv ihracatı yüzde 19 artıp, 1 milyon 228 bin adete yükseldi. 844 bin otomotiv ihraç edilirken, otomobil ihracatı 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 28 artış gösterdi.

İNŞAAT SEKTÖRÜ 2018'E TEMKİNLİ YAKLAŞIYOR!

KPMG Türkiye inşaat sektöründe 2017 yılını inceleyip, 2018'i değerlendirdiği sektör değerlendirmesini hazırladı. KPMG İnşaat Sektör Lideri İsmail Önder Ünal, "İnşaat sektörü adına 2017 'büyüme' yılı oldu. İlk iki çeyrekte yüzde 5,6 ve 5,5 büyüyen sektör üçüncü çeyrekte yüzde 18,7 büyüme seviyesine ulaştı.



2016 ve 2017'deki tablo parlak olsa da sektör 2018'e temkinli yaklaşıyor. Arz-talep dengesizliği 2018'de devam ederse, sektör yakaladığı büyüme ivmesini kaybedebilir" dedi. İşte KPMG Türkiye İnşaat Sektörel Bakış 2018 raporundan öne çıkan başlıklar...

KPMG, Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörlerinden inşaat sektörünün fotoğrafını KPMG Türkiye İnşaat Sektörel Bakış 2018 raporu ile çekti. KPMG Türkiye İnşaat Sektör Lideri İsmail Önder Ünal, konut satışlarının 2017'nin ilk on bir ayında yıllık bazda yüzde 6,5 oranında arttığına dikkat çekip, tapu harcı ve KDV indiriminin bu talepte rol oynadığına dikkat çekti. Ünal, "Sektör 2017'de büyüme ivmesini sürdürdü. Geçtiğimiz

yıl inşaat sektöründe rekor rakamlara ulaşıldı. Bu tabloda hükümet teşvikleri önemli rol oynadı. Sektörü etkileyen arz-talep dengesizliği 2018 yılında da devam ederse yakalanan büyüme ivmesi kaybedilebilir" dedi. Ünal'ın sektör raporunda dikkat çektiği rakamlar şöyle:

- İnşaat sektörü büyümeye devam ediyor. 2016'nın tüm çeyreklerinde ekonomik büyümenin üzerinde bir büyüme sağlayan sektör bu çizgisini 2017'de de sürdürdü. 2017'nin ilk çeyreğinde 5,6, ikinci çeyreğinde 5,5 büyüyen sektör, üçüncü çeyrekte yüzde 18,7 ile son üç yılın en yüksek büyüme oranını yakaladı. Bu rakamla sanayi büyümesinin önüne geçen inşaat sektörünün yatırımları da yüzde 12 oranında artış gösterdi.

Sektör, istihdama katkı yapmaya devam ediyor!

- Sektör, istihdama katkıda bulunmaya devam ediyor. 2017 yılının Ağustos ayında Türkiye’de istihdam edilen 28 milyon 828 bin kişinin 2 milyon 279 bini inşaat sektöründe çalıştı.

- 2016 yılını düşüş eğiliminde kapatan TÜİK’in inşaat sektörü güven endeksi, 2017’nin ilk çeyreğinde yükselişe geçti. İkinci çeyrekte durağan bir görüntü çizen, üçüncü çeyrekte ise düşüş yaşayan endekse göre 2017, 2016’ya göre daha güvenli bir yıl oldu.

- 2017 yılının ilk üç çeyreğinde daire bazlı yapı ruhsatı sayısı 1,1 milyonu geçti. Ruhsat sonrasında tamamlanarak 568 bin 162 dairenin yapı izni alındı. Yapı ruhsatı sayısının, yapı izni sayısının neredeyse iki katı olması, konut stoklarının arttığını gösteriyor.

Konut satışları yüzde 6,5 arttı!

- 2016’da satışlarda yakalanan artış, 2017’nin ikinci ayından itibaren devam etti. Özellikle Temmuz-Eylül ayları arasında ciddi bir yükseliş yaşandı. Kasım 2017 sonuna kadar konut satışları geçtiğimiz yıla oranla yüzde 6,5 arttı ve 1 milyon 276 bin olarak gerçekleşti.

- Konut satışlarında yüzde 16,9 ile İstanbul en yüksek paya sahip il oldu. İstanbul’u yüzde 10,8 ile Ankara, yüzde 5,9 ile İzmir takip etti. En düşük iller ise Hakkari, Ardahan ve Bayburt oldu.

- 2017’nin ilk on bir ayında Türkiye’de gerçekleştirilen 1 milyon 276 bin konut satışının yaklaşık 439 bini (yüzde 34,4) ipotekli olarak gerçekleşti. İpotekli konut satışlarında 2016 yılının aynı dönemine göre yüzde 10’a yakın bir artış oldu. Ancak aylık rakamlar incelendiğinde, ipotekli satış hızında bir yavaşlama görünüyor.

- Yabancılar konut satışları çizgisini korudu. 2016 yılında yabancılar 18 bin 189 adet konut satışı gerçekleştirilmişti. 2017’nin ilk on bir ayında yabancılar 20 bin 70 adet konut satışı yapıldı. Ekim ayında gerçekleştirilen 2 bin 677 satış ile 2013 yılından bugüne yabancılar yapılan en yüksek aylık satış gerçekleşti. Kasım satış adedi ise 2 bin 152 oldu.

- 2017 yılında en yüksek satış Irak vatandaşlarına yapıldı. Irak vatandaşlarını Suudi Arabistan, Kuveyt ve Rusya vatandaşları izledi.

2017 yılında AVM yatırımları azaldı!

- 2017 yılında AVM yatırımlarının azaldığı gözlemlendi. 2017 yılının Eylül ayı itibarıyla toplam 415 AVM var. Şu anda proje aşamasında 65 AVM bulunuyor ve bunların 30 tanesi İstanbul’da konumlanıyor.

- AVM yatırımlarında yapılan hatalar, fonksiyonunu yitiren AVM sayısını artırıyor. AVM’lerdeki toplam kiralanabilir alan stoku, 2016’ya göre yaklaşık yüzde 5 arttı. Fonksiyonunu yitiren AVM’lerin yüzde 67’sini kiralanabilir alan büyüklüğü 20 bin m² ve üzerinde olan büyük ölçekli AVM’ler oluşturuyor.

- Dev projeler ise inşaat sektörünü hareketlendiriyor. Kanal İstanbul Projesi, 15 milyar dolarlık planlanan yatırımı ile bu projelerin başında geliyor. 2023 yılında tamamlanması beklenen projede kanalın iki yakasına 100 bin adet konut inşa edilmesi planlanıyor. Bunun yanında ‘Demir İpek Yolu’ olarak adlandırılan Bakü-Tiflis-Kars Demiryolu Projesi tamamlanırken, deniz üzerine yapılacak olan Rize-Artvin Havalimanı, Büyük İstanbul Tüneli Projesi ve 1915 Çanakkale Köprüsü için de çalışmalar başladı.

Türk firmaları uluslararası arenada boy gösteriyor!

- Türk inşaat sektörü firmaları, uluslararası arenada boy gösteriyor. Uluslararası inşaat sektörü dergisi ENR’nin 2017’de açıkladığı ‘Dünyanın En Büyük 250 Uluslararası Müteahhidi’ listesine Türkiye 46 firmayla girdi. Türkiye, sıralamada lider durumda bulunan Çin’in ardından ikinci sıraya yerleşti.

- 2016’da ENR listesine 40 firmayla giren Türkiye, şirket sayısını 46’ya yükseltirken pazar payını artırdı. Türk müteahhitlerin bölgesel gelirlerdeki payı Avrupa’da bir miktar azalırken ana pazarların tümünde artış gösterdi. Pazar payı Ortadoğu’da yüzde 7,9’dan yüzde 9,1’e, Asya’da yüzde 5,5’ten yüzde 7’ye, Afrika’da da yüzde 4,7’den yüzde 5,1’e çıktı.

- İlk kez bir Sahraaltı ülkesi olan Tanzanya, geleneksel yurt dışı inşaat pazarlarımız olan Rusya ve BDT ve Ortadoğu ülkelerinin önüne geçerek 2017’de en fazla proje üstlenilen ülke konumuna geldi.

Jeopolitik riskler sektörü zorluyor!

- İnşaat alanında itibarı yüksek olan Türkiye, yurt dışı pazarında alanının en önemli ikinci ülkesi olarak görülüyor. Bu tablo sektörün önünü açan bir güven ortamı yaratıyor. Ayrıca ülkenin coğrafi konumu da sektör oyuncularının değerlendirdiği fırsatlar yaratıyor. Ancak süregelen jeopolitik riskler, hem iç pazara yönelik yabancı yatırımlarını azaltıyor hem de önemli bir hedef pazar olan Ortadoğu’da iş hacimlerini düşürüyor.

- Konut sektöründe orta ve orta alt gruba ait konut ihtiyacı devam ediyor. Ancak bankaların konut kredisine yönelik yüksek faiz uygulamaları da sektörü zorluyor. Kredi faizlerinin yükselmesi, potansiyel konut müşterilerinin kararlarını olumsuz yönde etkiliyor ve toplam talebi baskı altına alıyor.

2018'DE RİSKLERİN ARTTIĞI KRİTİK BİR DÖNEME GİRİLİYOR!

2018 Küresel Riskler Raporu'na (The Global Risks Report 2018) göre, 2018'de risklerin organik ve birbiriyle bağlantılı doğası; toplumların, ekonomilerin ve uluslararası ilişkilerin temel oluşturduğu sistemi tehdit ediyor.



2018'de güçlü ekonomik büyüme beklentisi; toplumlar, ekonomiler, uluslararası ilişkiler ve çevre gibi alanlarda dünyamızın temelini oluşturan karmaşık sistemlerin pek çoğunda karşı karşıya kalınan ciddi zaafların üstesinden gelmeleri için liderlere benzersiz bir fırsat sunuyor. Dünya Ekonomik Forumu tarafından bugün yayınlanan ve Marsh & McLennan Şirketler Grubu, Zurich Insurance Group ile Oxford Martin School (Oxford Üniversitesi), Singapur Ulusal Üniversitesi, Wharton Risk Yönetimi ve Karar Süreçleri Merkezi (Pennsylvania Üniversitesi) katkılarıyla hazırlanan 2018 Küresel Riskler Raporu'nun ana mesajı bu şekilde özetlenebilir.

Her yıl Ocak ayında yayınlanan ve dünyayı bekleyen en önemli riskler hakkında küresel uzmanların ve karar alıcıların görüşlerini yansıtan raporda, değişimin baş döndürücü hızıyla başa çıkmak için mücadele ettiğimize dikkat çekiliyor. Raporda pek çok türün tükenme tehdidiyle karşı karşıya kalmasına neden olan biyo-çeşitlilik kaybından yeni savaşların çıkabileceğine yönelik artan endişelere kadar pek çok konuyu, geri dönüşü olmayan bir noktaya ittiğimiz ifade ediliyor.

Yıllık Küresel Riskler Algı Anketi, uzmanların yüksek risk altında geçecek bir yıla daha hazırlandığını ortaya koyuyor. Anket kapsamında yaklaşık 1.000 katılımcıya 2018'de yaşanacak risk eğilimleri hakkında görüşleri soruldu. Yanıtların %59'u risklerin artacağı yönündeyken, yalnızca %7'si risklerin azalacağı yönündeydi.

Katılımcıların %93'ünün küresel arenada yer alan büyük oyuncular arasındaki siyasi veya ekonomik cephelenmelerin daha da kötüleşmesini bekliyor. Katılımcıların yaklaşık %80'i büyük oyuncular içine

alan savaşlarla bağlantılı risklerde artış öngörüyor. Bu sonuçlar dikkate alındığında, 2018'deki karamsar tablonun kısmen jeopolitik ortamda yaşanan kötüleşmeden kaynaklı olduğunu söyleyebiliriz.

Ancak 2017'de olduğu gibi çevre konuları, uzmanların dile getirdiği endişeler arasında açık arayla en ön sırada yer aldı. Uzmanlardan, 30 küresel risk arasında olasılık ve etki boyutlarının önceliklendirilmesi talep edildi. Bunun sonucunda, beş çevresel riskin tamamının (1.şiddetli hava şartları; 2. biyo-çeşitlilik kaybı ve ekosistemde çöküş; 3. büyük doğal afetler; 4. insan eliyle yaratılan çevre felaketleri ve 5. iklim değişikliğinin iyileştirilmesi ve uyum çabaları konusunda başarısızlık) her iki boyutta üst sıralarda yer aldığı tespit edildi. Şiddetli hava şartlarından kaynaklanan olaylar ise en dikkat çekici risk olarak değerlendirildi.

Dünya Ekonomik Forumu Kurucusu ve İcra Kurulu Başkanı Profesör Klaus Schwab, "Ekonomik iyileşmede kazanılan ivme, dünya genelindeki kurumları, toplumları ve çevreyi zayıflatmasına müsaade ettiğimiz olumsuz durumların üstesinden gelmek için önemli bir fırsat sunuyor. Küresel sistemlerin çökme riskini ciddiye almalıyız. Birlikte hareket edebildiğimizde, bunu engellemek için gereken kaynaklara, yeni bilimsel ve teknolojik bilgilere sahibiz. Her şeyden önemlisi, ortak bir gelecek için beraber çalışmak için ihtiyaç duyduğumuz istek ve ivmeye kavuşmamız gerekiyor" dedi.

Yıllık Küresel Riskler Algı Anket sonuçları dikkate alındığında siber tehditlerin öneminin arttığı görülüyor. Büyük ölçekli siber saldırılar olasılık

boyutunda şu anda üçüncü sırada yer alırken, artan siber bağımlılığın önümüzdeki 10 yıllık dönemde küresel risk ortamını biçimlendiren en önemli ikinci etken olarak değerlendirilmesi bekleniliyor.

Marsh Küresel Risk ve Dijital Başkanı John Drzik, konuyla ilgili görüşlerini şu sözlerle açıkladı: "Jeopolitik uyuşmazlıklar, siber saldırıların ölçeğinde ve karmaşıklık düzeyinde artış yaşanmasına sebep olan faktörlerdendir. Aynı zamanda firmaların teknolojiye olan bağımlılığı arttıkça, siber risklere maruziyet de artmaktadır. Eğer finansal kayıplar ve sigortalanmış kayıplar arasında 'koruma' farkının aynı doğal afetlerle risklerinde çözüldüğü gibi sorun yaratmasını önlemek istiyorsak, siber risk yönetimini geliştirirken iş dünyasının ve hükümetlerin bu konularda direnci artırma çalışmalarına çok daha fazla yatırım yapmaları gerekiyor."

Öte yandan ekonomik risklerin öneminin bu yıl bir ölçüde azalmış olması, bazı uzmanların küresel GSYİH büyüme oranlarında kaydedilen iyileşmenin, küresel ekonomik ve finansal sistemlerde süreklilik arz eden yapısal risklere müsamaha gösterilmesine yol açacağı konusunda endişe duymalarına neden oluyor. Bu durumda dahi, eşitsizlik risk etkenleri arasında üçüncü sırada yer alıyor ve teknolojik ilerlemelerin istenmeyen sonuçları ile yüksek yapısal işsizlik veya eksik istihdam arasında en sık bahsedilen bağlantılı risklerden biri olarak karşımıza çıkıyor.

"Gelecek Şoklar"

Küresel sistemlerimizin giderek daha karmaşık ve iç içe geçmiş bir hal alması kısır döngülere, eşik etkilerine ve art arda aksaklıkların yaşanmasına neden olabilir. Ani ve çarpıcı sonuçların – gelecek şoklar – yaşanması ihtimali artar. Bu yılın Küresel Riskler Raporu'nda, herhangi bir tahmin anlamına gelmemekle birlikte dünya liderlerinin dünyayı hızla ve radikal bir şekilde değişime uğratabilecek olası gelecek şokları değerlendirmeleri için teşvik etmek üzere 10 kısa senaryo sunuldu:

- **Sert hasat:** Eşzamanlı tahıl üretimi sorunları küresel gıda tedarikinin yeterliliğini tehdit eder.
- **İnternetin karmaşıklaşması:** Yapay zekanın "zararlı otları" yaygınlaşarak internetin performansını baskı altına alır.
- **Ticaretin ölümü:** Ticaret savaşları patlak verir ve uluslararası kuruluşlar bunlara müdahale etmekte fazla zayıf kalır.
- **Demokrasinin çöküşü:** Yeni popülizm dalgaları, bir ya da daha fazla gelişmiş demokraside toplumsal düzeni tehdit eder.
- **Mutlak tükenme:** İnsansız gemiler yasadışı balıkçılığı yeni – ve sürdürülebilirlik açısından çok daha olumsuz – seviyelere taşır.
- **Uçurumun kenarında:** Bir başka finansal kriz politik müdahaleleri çıkmaza sokar ve kaos ortamını tetikler.

- **Eşitsizliğin derinleşmesi:** Biyo-mühendislik ve bilişsel kapasiteyi geliştiren ilaçlar, sahip olanlar ve olmayanlar arasındaki uçurumu derinleştirir.
- **Kuralsız savaş:** Siber savaş kuralları hakkında mutabakatın olmadığı bir ortamda devletlerarası çatışmalar umulmadık bir şekilde tırmanır.
- **Kimlik jeopolitiği:** Jeopolitik hareketlilik nedeniyle, ulusal kimlik çatışması sınırlarda artan bir gerilim kaynağı haline gelir.
- **Duvarların örülmesi:** Siber saldırılar, korumacılık ve mevzuat uyuşmazlıkları, internetin bölümlere ayrılmasına yol açar.

Zurich Insurance Group Risk Direktörü Alison Martin, konuya ilişkin değerlendirmesinde "Şiddetli hava koşulları, bir kez daha hem olasılık hem de etki bakımından en önemli küresel risk olarak değerlendirildi. Başka risklere karşı hassasiyetin de arttığı bir dönemde, çevresel riskler ortak sistemimizin temelini ciddi biçimde tehdit ediyor. Ne yazık ki, iklim değişimi gibi önemli trendlere hükümetlerin ve kuruluşların şu an için "hem çok az hem de çok geç" yanıt verdiklerini gözlemliyoruz. Daha sağlam bir gelecek inşa etmek için henüz çok geç kalmış değiliz ancak sistemin çökmesi ihtimalini ortadan kaldırmak için ivedilikle aksiyon almamız gerekiyor," dedi.

2018 Küresel Riskler Raporu, geçtiğimiz yıl boyunca Dünya Ekonomik Forumunun Küresel Riskler Danışma Kurulu'nun değerli katkılarıyla hazırlandı. Ayrıca rapor kapsamında Stratejik Ortaklar olarak kabul edilen Strategic Partners Marsh & McLennan Companies ve Zurich Insurance Group ile Oxford Martin School (Oxford Üniversitesi), Singapur Ulusal Üniversitesi ve Wharton Risk Yönetimi ve Karar Süreçleri Merkezi (Pennsylvania Üniversitesi) bünyesinde görev yapan akademik danışmanlarla sürekli işbirliği içerisinde bulundu.





İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ MÜHENDİSLİK FAKÜLTESİ, ELEKTRİK ELEKTRONİK BÖLÜM BAŞKANI PROF. DR. SİDDİK YARMAN

YERLİ OTOMOBİL HİDROJENLİ OLMALI!

Geleceğin otomobil teknolojisinin hidrojen enerjisi ile çalışan araba olacağına dikkat çeken İstanbul Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, Elektrik Elektronik Bölüm Başkanı Prof. Dr. Sıddık Yarman yerli otomobili üretecek babayiğitlere şöyle sesleniyor: "Siz bu arabayı hidrojen enerjisi ile çalışan bir araba yapın ki geleceği yakalayın. Yapılmışı bir daha yapmanın; benzin motorlu, dizel motorlu bir araba teknolojisi geliştirmenin bir hayrı yok. Şu ana kadar yapılanlar içerisinde dünyada daha iyisini yapma şansınız da zaten yok."

Prof. Dr. Sıddık Yarman, 1974 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi, Elektrik-Elektronik Fakültesi, Elektronik Mühendisliği bölümünden mezun oldu. Yüksek Lisansını 1978 yılında Stevens Institute of Technology'de Elektrik Mühendisliği Bölümü-Matematik dalında tamamladı. Doktorasını Cornell Üniversitesi Elektrik Mühendisliği-Matematik dalında 1982 yılında tamamlayan Sıddık Yarman, 1984 yılında Yardımcı Doçent Doktor ünvanı ile Anadolu Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi'nde akademik kariyerini sürdürdü. Amerika ve Japonya'da uzun süre öğretim görevlisi olarak bulunan Yarman 2004 yılından bu yana İstanbul Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, Elektrik Elektronik Bölümünün Başkanlığını yürütüyor. Ulusal ve uluslararası birçok bilimsel ödüle, 250'den

fazla bilimsel makaleye ve haberleşme teknolojileri üzerine projelere ve kitaplara imza atmış Prof. Dr. Sıddık Yarman ile İstanbul Üniversitesi Mühendislik Fakültesi, Elektrik Elektronik Bölümünün projelerini konuştuk.

Başkanlığını yaptığınız İstanbul Üniversitesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği Bölümünün misyonundan bahseder misiniz?

İki temel görevimiz var. Birincisi; üniversite olarak endüstrinin ihtiyacı olan akıllı mühendisleri yetiştirmek. İşsiz üniversite mezunu değil, eli iş tutan, konusunu bilen mühendis yetiştirmek. Benim İstanbul Üniversitesi Elektrik Elektronik Bölüm Başkanı olarak hedefim hep bu olmuştur. Benim bir tane öğrencim

işsiz değil. Daha mezun olmadan iş buluyorlar; bu güzel bir şey.

Diğer temel görevimiz ise bilimsel araştırmalar yapmak. Biz çok ciddi bir araştırma bütçesine sahibiz. Bu bütçeyle bugüne kadar hep endüstriyle ilintili projeleri destekledik. Çok da güzel sonuçlar aldık.

Odaklandığınız projelerden bahsedebilir misiniz?

Bölümümüzde bir mikrodalga mühendisliği laboratuvarı kurduk. Bu laboratuvarı özellikle GSM haberleşmesi, telsiz haberleşmeleri ve askeri telsiz haberleşme ve anten konularında muhteşem işler yaptık. Dünyadaki en ileri mikrodalga güç kuvvetlendirici tasarım tekniklerini biz literatüre buradan sunduk. Bir şeyi keşfetmeden önce hayal kurmanız lazım. Önce biz bunun hayalini kurduk. Bu fikirleri ürettik. Özgün fikirleri bir araya getirdik, bu fikirlerden bir matematik teorisi ürettik. Matematik teorisinden sonra bunun bilgisayar programlarını işler hale getirmek ve prototipi geliştirmek lazımdı; prototipi geliştirdik. Dünyada standardı olmayan, hiç kimsenin elinde olmayan yepyeni bir ses-kodlama tekniği keşfettik. Bu tamamen bizim kodlama sistemimiz. Bu kodlama sayesinde telefon görüşmeleri hiçbir şekilde dinlenemiyor. Ses kodlama tekniğimizi bugünlerde resim ve video uygulamalarında da kullanacağız.

Şifreleme ortadan kalkıyor mu?

Şifreleme diye bir şey yok. Bu inanılmaz bir şey. Araya girip konuşmayı kimse dinleyemez. Çünkü standardı yok; daha önce hiçbir yerde çıkmamış, kimse nasıl çalıştığını bilmiyor. Burada kurduğumuz sistemin mucidi biziz. Geliştirenler ise doktora öğrencilerimiz ve projemizde çalışan mühendis arkadaşlarımız. Bu sistemi mucidinin bile çözemeyeceği şekilde yaptım ki devletler bunu güvenli bir şekilde kullansınlar. Cumhurbaşkanı, Başbakan, Genelkurmay Başkanı gibi üst makamlar bu sistemle güvenli konuşacaklar. Bu çalışmamızın mali desteğini TÜBİTAK'tan temin ettik. Yine bir Vakıf-Devlet kuruluşu olan STM AŞ ile çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Son birkaç yıldır yerli otomobili tartışıyoruz. 2004 yılından bu yana başkanlığını yaptığınız Elektrik-Elektronik bölümünün bu alanda yaptığı çalışmalar var bildiğimiz kadarıyla. Bunlardan bahsedebilir misiniz?

Japonya'da Tokyo Teknoloji Enstitüsü'nde birkaç yıl görev yaptıktan sonra 2007 yılında İstanbul Üniversitesi'ne Elektrik Elektronik Bölüm Başkanı olarak geri döndüm. Göreve başlar başlamaz, öğrencilerimizin yönlendirmesiyle, güneş enerjisi ile çalışan araba yapma hedefini koyduk. Akademisyen ve öğrenci arkadaşlarımızla beraber SOCRAT adını verdiğimiz arabayı tasarladık ve 2009'da TÜBİTAK Formula-G Güneş Enerjili Araç Yarışında şampiyon



olduk. Üst üste dört kez bu başarıyı tekrarladık. Kupalarımızı koyacak yer kalmadı. Bu proje bize güneş panellerinin nasıl kullanıldığını öğretti. Ancak pratik değeri sınırlıydı. Güneşten elde ettiğimiz enerji elektrik enerjisi. Enerjisi ister güneşten, ister rüzgardan, ister hidrojenlerden al, sonuçta arabayı elektrik motoruyla çalıştırıyorsun. Esas olan elektrik motoruyla çalışan bir araba yapmaktır. TÜBİTAK bunun da yarışmasını yaptı. "Elektrikle çalışan bir araba yapacağız." dedik; yapar yapmaz gene Türkiye şampiyonu olduk.

Bu gelişmelerin sonrasında hidrojenli araba hedefini önümüze koyduk. Çünkü güneş enerjisini toplayabilmek için arabayı büyük yapmak zorundasınız. Bu zorluk nedeniyle güneş arabalarından hidrojenli araba projesine geçiş yaptık. Aynı dönemde TÜBİTAK artık hidrojen arabasında yarışma yapacağını açıkladı. Bu doğru bir karardı. Çünkü bir araba 1 kilo hidrojenli tüple 400-500 km yol yaparken güneş enerjili arabayla 50-60 km yapıyordu. Pratik hiçbir



tarafı yoktu. 2011 yılında Hidroist adıyla ekip kuruldu. 2012 yılında TÜBİTAK'ın Alternatif Enerjili Araçlar Yarışında alınan tasarım ödülü ile başlayan bol ödüllü başarılı bir süreçten geçerek bugüne kadar geldik.

Özetle; biz İstanbul Üniversitesi olarak Türkiye'de en iyi arabaları yapmışız. Bunu da bizim lisans öğrencilerimiz yapıyor. Sistem entegrasyonu kabiliyeti geliştirmişiz. Dolayısıyla bu sistem gayet güzel çalışıyor. Elektrik motorunu yapması iş bile değil. Ancak seri üretim yapmak için bir yapı oluşması lazım.

Peki, Türkiye'de iyi tasarımcılar var mı?

Evet, iyi tasarımcılar var. Diğer taraftan TÜBİTAK'ın kendi bünyesinde yaptığı çalışmalar var. TÜBİTAK'ın Başkanı Profesör Dr. Arif Ergin de çok değerli bir arkadaşımız. O da çok güzel çalışmalar yapıyor. TÜBİTAK, lityum iyon batarya teknolojisi geliştiriyor. Ama gelecek bana göre hidrojen enerjisiyle çalışan araba teknolojilerinde.

Ama milli araba herhalde elektrikli olacak...

O da netleşecek. Orada zaten çok büyük isimler var. Hepsini tanıyoruz, biliyoruz. Hepsisi fevkalade saygın gruplar.

İstanbul Üniversitesi bu kadar bilgi birikimine rağmen neden bu projede değil? Farklı bir üniversite de göremiyoruz bu projede.

Bundan sonra üniversiteye gelmelerini bekliyorum. Bana gelir danışılırsa kendilerine "Arkadaşlar, siz bu arabayı hidrojen enerjisi ile çalışan bir araba yapın ki geleceği yakalayın. Yapılmışı bir daha yapmanın kimseye bir hayrı yok. Benzin motorlu, dizel motorlu bir araba teknolojisi geliştirmenin bir hayrı yok. Şu ana kadar da yapılanlar içerisinde dünyada daha iyisini yapma şansınız da zaten yok" diyeceğim.

Bütün dünyada araba teknolojisi değişiyor. Elektrik motorlarına yönelim var; Türkiye'de de elektrik motorları yapılabilir. Bir grubun ayrıca elektrik motoru üzerinde çalışması lazım. Anadolu'nun dört bir tarafında elektrik motorları yapılıyor. Araba teknolojisine uygun motor yapılabilir. Biz İstanbul Üniversitesi olarak Japonya'dan ithal ettiğimiz silikalı saçlarla arabalarda çalışan elektrik motoru yaptık.

Ülke olarak çalkantılı bir süreçten geçiyoruz. Bu zorlu dönemde "Bir ülkeyi bağımsız kılacak en önemli unsurlar nelerdir?" diye sorsam, nasıl bir cevap verirsiniz bize?

Bir ülkeyi ayakta tutan en temel yapı taşı insan beynidir, insan gücüdür. Bir ülkede insan gücü varsa o ülke güçlü bir ülke olur, güçlü bir devlet olur. Bir ülkenin insan gücü yoksa hiçbir şey olmaz. Bilim ve teknoloji gücü de insan gücüyle alakalıdır. Bir ülkede beyin varsa bilim ve teknoloji vardır, bilim ve teknoloji varsa güçlü bir ekonomi ve ordu vardır. Dolayısıyla her şey insandan başlar. Akıl-Bilgi Birikimi ve Milli Birlikten başlar. Beni son zamanlarda en çok üzen şey elimizdeki insan gücünü bozuk para gibi harcamış olmamızdır. Çünkü gerek silahlı kuvvetler içerisinde gerek üniversitelerdeki insan gücünün bir kısmı yanlışlıkla bazıları da dış mihraklar tarafından kötü niyetli olarak yetiştirildiği için tasfiye edildi. Bu memleketi seven güzel insanlar var. Tabii ki en gelişmiş ülkelerden bilgiyi alıp gelecekler. Ben 10 sene Amerika'da kaldım, bir o kadar sene Avrupa'da ve Japonya'da hocalık yaptım. Ama ülkeme döndüm ve 1984 senesinden beri Türkiye'de çalışıyorum. Devletimiz için çalışıyorum. İstanbul Üniversitesi'nde öğretim üyesiyim. İnsanlar kolay yetişmiyor. Devletin en kritik noktalarında memleketini seven ve iyi yetişmiş insanları görevlendirmek lazım. Hainler memleketin içerisine girmiş olabilir, temizleniyorlar işte... Sonuçta ülkemizi akıllı-bilgili-yapıcı-yaratıcı konusunda ehil ülkemizi seven insanlarına teslim etmemiz lazım. Biz hep genç nüfusumuz var diyoruz ama bu nüfus iyi yetiştirilmezse maksat hasıl olmaz.

BUGÜN İÇİN PRESTİJLİ YAŞAM, YARIN İÇİN SAĞLAM YATIRIM!

İstanbul, Tarihî Yarımada'sı ve Altınboynuz Haliç'iyle dünyanın en büyük mücevheri.
Ve o Eski İstanbul'dan yükselen yepyeni bir yaşam, **WE HALİÇ**.

WE HALİÇ şehrin kalbinde yer alan konumu, eşsiz İstanbul ve Haliç manzarası, cumbalı evleri, aile merkezli yaşam anlayışı, yüksek yatırım değeri ve devasa Bizim Meydan'ıyla bulunduğu bölgeye, size ve ailenize daha fazla yaşam, benzersiz bir konfor sunuyor.

WE HALİÇ. Bir İstanbul rüyası...



BANKA KREDİLİ ÖDEME İLE

60 AY VADE
%0,70 FAİZ

WEILGIN FİNANS MODELİ İLE

48 AY VADE
%0 FAİZ



BİZDE YAŞAM

İslambey Caddesi | 0850 771 00 71
Gaziosmanpaşa / İSTANBUL | wehalic.com





SABANCI HOLDİNG CEO'SU MEHMET GÖÇMEN

2018 YENİLİKLERİN SAHAYA İNDİĞİ YIL OLACAK!

{ Ar-Ge'ye hâkim olamayan firmaların yeni dönemde ayakta kalamayacağını söyleyen Sabancı Holding CEO'su Mehmet Göçmen, "2018 yılı yeni nesil işlerimizin hayata geçirilmesindeki yıl olacak 2017 yılı biraz hazırlık yılıydı, 2018 yeniliklerin sahaya indiği yıl olacak. Sabancı Holding olarak 2018 yılında 5 milyar TL'nin üzerinde yatırım yapacağız" dedi.

Türkiye'nin 2017'de ekonomik olarak olumlu bir yıl geçirdiğini ifade eden Sabancı Holding CEO'su Mehmet Göçmen, "Üçüncü çeyrekte yüzde 11 büyüme, yıl sonu beklentisi olarak yüzde 7'lere yaklaşan bir büyüme Türkiye için çok olumlu. Ve biz de 2017'deki finansal performansımızdan çok memnunuz. 2018'de de Türkiye'nin yüksek büyümeye devam edeceği bir yıl olacak. Biz kendi varsayımlarımızla bunu yüzde 5 civarı olarak aldık ama tabi sektörden sektöre değişiyor" dedi. Sabancı Holding'in 2017 yılında yaptığı yatırımlara da değinen Mehmet Göçmen, Brisa'nın ikinci fabrikasını Aksaray'da bitirdiğini, çimentoda da biten projelerin dışında yeni yatırım arayışlarının devam ettiğini, mevcut fabrikalardan birkaç tanesini alabileceklerini belirtti.

Mehmet Göçmen, Kordsa'nın geçtiğimiz haftalarda ABD'de imza attığı yatırımla ilgili olarak da şunları söyledi: "Uzay ve havacılık sektörlerine parça yapan bir fabrika olduğu için ABD'de iki fabrikası olan bir şirketi satın aldık. Onunla ilgili kapanış faaliyetleri devam ediyor. Her şey olumlu giderse ilk çeyreğin sonuna kadar fabrika tamamen bize geçmiş olacak. Bu yatırım buradan devam edecek. ABD'de attığımız adım teknoloji transferi açısından çok önemli. Çünkü biliyorsunuz yeni düzende araştırma ve geliştirmeye hâkim olamayan firmalar çok fazla ayakta kalamayacak. Her şeyin 3- 5 senede değiştiği bir ortama girdiğimiz için ancak teknolojilerini geliştirebilenler ayakta durabilecekler. Sabancı Holding'in de en büyük şansı bu. Bir de bugüne kadar çok bahsedilmeyen bir de üniversitemiz var.

Üniversitemizle birlikte bir mükemmeliyet merkezi kurmuştuk, Amerika'daki yatırımlarla birleşince bu çok daha anlamlı hale geldi. Bu tür mükemmeliyet merkezlerine de devam edeceğiz. Bu bize büyük bir rekabet avantajı sağlayacak. Bu Amerika'daki yatırımın başka bir iyi tarafı da Türkiye'de yerli ve milli uçak için şu anda projeler var. Onun teknolojisini Türkiye'ye transfer edebilirsek, Türkiye için de bir rekabet avantajıdır bu"

ENERJİ ÖN PLANDA OLACAK!

Sabancı Holding'in gelecek planlarından da bahseden Mehmet Göçmen, 2018'de de yatırımların devam edeceğinin altını çizdi. "Bizde yatırım hiç bitmez" diyen Mehmet Göçmen, "Bakıldığı zaman 5 milyar aşkın bir yatırım da 2018 programında var. Bunun önemli bir kısmı yine enerjide dağıtım alanına yapacağımız yatırımlar" şeklinde konuştu.

"2018 yılı yeni nesil işlerimizin hayata geçirilmesindeki yıl olacak" ifadelerini kullanan Mehmet Göçmen şöyle devam etti: "2017 yılı biraz hazırlık yılıydı, 2018 yeniliklerin sahaya indiği yıl olacak. Buradaki en önemli değer, bu hızlı değişen dünya koşullarında bizim yönetim anlayışımızdan insan kaynağına kadar her tarafa bakmamız gerekiyor. Çünkü çok çevik, çok esnek çok iş birliklerine açık, çabuk karar verebilen, kararından da dönebilen, risk alabilen yeni bir anlayışa işaret ediyor dünyadaki gelişmeler. Biz de Sabancı Holding'i alt yapısındaki ve kültürel dönüşümündeki yapacağımız yatırımlarla buna hazırlıyoruz. Kendimize uzun yıllardır Türkiye'nin Sabancı'sı dediğimiz için biz de bu ülke insanlarıyla bu ülkenin değerlerini yükseltmeye bir küresel marka haline gelmeyi ve bunu yaparken de yeni nesli tanımlamak istiyoruz. Çünkü Türkiye yeni nesil; dünya yeni nesil; teknolojiler yeni nesil; bilgi çağına ötesine geçildi. Böyle bir ortamda tüm tanımlarımızı yeni nesle göre yapıp 5 yıla kadar da yepyeni bir Sabancı'yı; ikinci bir Sabancı'yı bu yeni nesil etrafında nasıl tasarlayabiliriz ona bakıyoruz. 2018 de bu açıdan ilk yıl ve çok önemli."

Enerjiye daha fazla yatırım yapılmasının önemine de dikkat çeken Mehmet Göçmen, "Biz çok enerji yoğun işlere bakıyoruz veya enerji verimliliğine yeterince yatırım yapmıyoruz. Enerjiye yatırım yapmamız lazım. Enerji ithalatını kırmak için 'yerli ve yenilenebilir'e dönmemiz lazım. Yerli ve yenilebilir tabiri, Türkiye'nin tüm ihtiyacını görüyor. Büyüyecek ama büyürken cari açığını artırmayacak çünkü yerli yapacak. Enerjide de verime gidecek hem sanayi de hem üretimde hem de dağıtımda karbondan uzaklaşacak ki karbon yoğunluğunu azaltabilsin. Yani bakıldığı zaman çok dengeli bir politika. Geçmişte de hem enerji üretimi ve enerji tüketimi taraflarında da yoğun işler yapan bir



kişi olarak bence Türkiye'nin ısrarla, inatla ve azimle bu politikayı sonuna kadar sürdürmesi lazım" dedi.

YATIRIMDA MİLLİ SEFERBERLİK!

Yeni dönemde yapılacak yatırımlar için yapısal reformların önemli olduğuna da dikkat çeken Mehmet Göçmen, "Halka arzlar sırada bekliyor. 2018'in ilk yarısının bu anlamda canlı ve hareketli geçecek gibi durması gibi durumlara bakıldığı zaman, dış yatırımcının biraz daha Türkiye'ye yönlendirilmesi bunu da 'milli seferberlik' hareketi gibi alıp bütün paydaşların bu yönde koordineli bir hareket yapması ve yatırım ikliminin iyileştirilmesi yönünde adım atılması gerekiyor. Yakın geçmişte bunun çok başarıları örneklerini gördüğümüz için tekrar neden olmasın diye düşünüyorum" ifadelerini kullandı.

ÜÇ ÖNEMLİ FIRSAT VAR; TEKNOLOJİ, DİJİTALLEŞME VE EĞİTİM!

"2017 yılında, küresel ve bölgesel ölçekte siyasi ve toplumsal gerginlikler devam ederken, ekonomide umut verici gelişmeler yaşandığını söyleyen Göçmen, "Dünyanın yeniden toparlanması ve büyüme trendine geçmesi küresel ekonomide en dikkat çekici gelişme oldu. IMF uzun yıllardan sonra ilk defa tahminlerini yukarı doğru revize etti. Ülkemize baktığımızda ise, jeopolitik etkileri politik, ekonomik ve sosyal olarak derinden hissettiğimiz bir yıl daha yaşadığımızı görüyoruz. Ancak olumsuzluklara rağmen, dünyadaki büyümenin ülkemize de yansımış olması memnuniyet vericidir. Türkiye ekonomisi üçüncü çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 11,1 ile



son 6 yılın en hızlı büyümesini kaydetti. Bu, rakam OECD ülkeleri içinde en hızlı büyüme oranı olarak kayıtlara geçti. Bu rakam hepimiz için umut vericidir ancak tüm göstergelere yansarak sürdürülebilir bir zemine oturması hepimizin önceliği olmalıdır. Bu noktada, küresel rekabette öne geçmek için ülke olarak önümüzde üç önemli fırsat görüyoruz: teknoloji, dijitalleşme ve eğitim. Dünyanın içinden geçtiği ve iç içe geçen bu süreçte tüm ülkeler bu üç temel konuda yolunu bulmaya çalışıyor” dedi.

“Öncelikle, katma değer yaratan teknoloji yatırımları çok büyük bir önem taşıyor” diyen Mehmet Göçmen, “Teknolojik anlamda dünya tarihinin en hızlı dönüşümüne tanık oluyoruz. Üstelik bu dönüşüm, ‘daralan aralıklarla’ ve ‘hızlı sıçramalarla’ hayatımızı şekillendiriyor. Ekonomik büyüme de, teknolojiye paralel bir gelişim gösteriyor. Dolayısıyla, yarının güçlü ekonomileri arasında yer almanın tek yolu, buradan geçiyor. İkinci öncelik ise, teknolojiyle yakından ilişkili olan dijitalleşme. 2020 yılında 24,6 trilyon dolara ulaşması öngörülen dijital ekonomide kendimize yer bulmak zorundayız. Bu konuda da, bir ortak vizyon ve yol haritası belirlenmesi gerekliliği ortaya çıkıyor. Son olarak, teknoloji ve dijitalleşme ile değişen dünya eğitimi de dönüştürüyor ve bu yarışta kimse geriden başlamıyor. Çünkü dünyadaki hızlı değişim tüm ülkeleri tekrar en başa, başlangıç çizgisine getirdi. Bu da bize yepyeni bir fırsat penceresi araladı” şeklinde konuştu.

Sabancı Holding CEO’su Mehmet Göçmen, “Eğitim rekabetinin gerisinde kalmamak ve ülke olarak fark yaratmak için üstümüze düşen; bilimsel, akılcı ve katılımcı bir süreçle, teknolojinin bize sağladığı olanaklarla yeni bir eğitim sistemi tasarlamaktır. Ülkemizi her alanda ileri taşımak ancak bu yolla mümkün olacaktır. Genç nüfus avantajını kullanarak, gereken yetkinliklerle bugünden donanmış nesiller yaratmak hedefimiz olmalıdır. Bu üç fırsatın da kazananı olmak için enerjimizi ortak hedeflere odaklamak, ihtiyaç duyulan iklimi yaratmak ve bugünden adım atmak gerekiyor” dedi ve ekledi: “Sabancı Topluluğu olarak, biz de önümüzdeki dönemi bu göstergeler üzerine inşa ettik. 2017 yılı Sabancı Topluluğu için ‘dönüşüm yılı’ oldu. 90 yılı aşan hikayemizde yeni bir başlık açtık. Yeni yönetim ekibimizle birlikte koşulmaya başlanan bu yeni etapla birlikte, biz artık sadece “Türkiye’nin Sabancı’sı” değil, “Yeni Neslin Sabancı’sı” olacağız. “Yeni Neslin Sabancı’sı” olarak önümüzdeki dönemde de ekonomimizi dünyada hak ettiği yere ulaştıracak katma değerli üretimin öncüsü olmaya, dijital dönüşümün dokunduğu her alanda değişime liderlik etmeye, teknoloji odaklı yatırımlarımızla ülkemizin geleceğine katkıda bulunmaya devam edeceğiz. Bu noktada da Sabancı Topluluğu’na düşen, “örnek” ve “öncü” olmaktır. Ortaya koyduğumuz yeni vizyona katkıda bulunacak sanayi 4.0 uygulamalarından, kompozit gibi yeni iş kollarına her türlü fırsatı önümüzdeki dönemde değerlendireceğiz”.

PİYASALAR GÜCÜNÜ KORUYOR!

// Afrin operasyonu devam ediyor. Şu ana kadar uluslararası camiadan karşıt ve olumsuz bir açıklama gelmiş değil. ABD tarafından gelen açıklamalarla ilgili piyasalar için ılımlı diyebiliriz. Türkiye'yi suçlayan herhangi bir ülke yok. Rusya bölgedeki gelişmelerin ABD'nin dengesiz hareketleri yüzünden olduğunu ve Türkiye'yi çıldırttığını bildirirken, AB ülkelerinden şu ana kadar bir yorum gelmedi. Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi Fransa'nın çağrısıyla toplanırken itidal çağrısı yapıldı. Diğer yandan Fitch Türkiye değerlendirmesinde bir değişiklik yapmadı. Ancak Halk Bankası'nı negatif izlemeye aldığını bildirdi. Operasyonda ilerleyen süreçte olumsuz gelişmeler yaşanmazsa kur ve borsa endeksinde daha rahat seyirler görebileceğimizi bekliyorduk. Nitekim BIST 100 endeksi 120000 psikolojik sınırını geçmiş bulunuyor ve USDTRY paritesi ise 3.73 sınırını zorluyor.

BIST endeksinde 120000 sadece psikolojik bir direnç. 120500 seviyesinde bir teknik direncimiz var. Diğer yandan 32500\$ (yaklaşık 121500) seviyesinde ise dolar bazlı direnç bulunuyor. Bizim temel analize göre hedef aralığımız 120000-125000 seviyelerinde. Endekste 125000 seviyesine gidecek güç ve uygun ortam mevcut. Piyasalarda Afrin operasyonu öncesinde de iyimser bir hava vardı ve küresel ralliler oluyordu. Operasyon öncesinde yurtiçi piyasalar temkinli ve endişeliydi o kadar. Ancak operasyonun başlaması ile ABD dâhil uluslararası camiadan hiçbir suçlamanın gelmemesi, NATO'nun destek vermesi ve başarı ile yürütülüyor olması piyasalardaki endişeyi kaldırdı ve Borsa küresel ralliye iştirak etmeye başladı.

Global piyasalarda da durum farklı değil. ABD borsaları gücünü korurken, Alman DAX endeksi rekor kırıyor. Gelişmekte olan ülke endeksinde de pozitif görünüm mevcut. Borsa BIST 100 endeksi üzerindeki tedirginliği atarak küresel ralliye iştirak etmiş görünüyor. Gelişmekte olan ülke para birimlerine bakıldığında sıcak para girişlerinin arttığını görmekteyiz. ABD dolarının dünya piyasalarında fazla rağbet görmediğini, paranın Euro, sterlin, yen gibi majör para birimlerinin yanında TL, Real, Ruble, Zar gibi gelişmekte olan ülke para birimlerine de kaydığını görüyoruz.



Integral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Direktörü Tuncay Turşucu

Şu anda mevcut rüzgârı engelleyecek bir durum gözlenmiyor. ABD Merkez Bankası Fed tarafından bu ayki toplantıda hiçbir sürpriz beklenmezken, beklentiler yeni başkan Powel ile olacak Mart toplantısına kaymış durumda. Avrupa Merkez Bankası'nın ekonomiye yönelik yapacağı açıklamalar Euro için önemli olabilir. Ancak Draghi güçlenen Euro ile ilgili olarak ne gibi söylemler verecek göreceğiz.

Uzun vadeli Borsa yatırımcılarının portföylerinde tuttukları şirketlerin finansal sonuçlarını beklentilerinde ve pozisyonlarını korumalarında fayda var. Güçlü beklentili hisselerde olan yatırımcıların sakın bir şekilde bilanço sonuçlarının açıklanmasını beklentileri doğru olacaktır. Ancak her zaman belirttiğimiz gibi uzun vadeli yatırımcıların ellerindeki şirketlerin güçlü ve beklentisi olan şirket olmasına dikkat etmesinde fayda var. Eğer beklentilerde bir bozulma görürlerse daha iyi beklentileri olan başka şirketlere geçmelerinde yarar olabilir. Döviz yatırımcıları ise şu anki rüzgâra göre fazla parlak bir yıl beklemeyebilirler. En azından Mart ayına kadar dolar kuru mevcut 3.75 seviyelerinde dalgalanmaya devam edecek görünüyor. Açıkçası geçmiş yıllarda olduğu gibi %20'lik kur yükselişleri 2018 yılı için beklemiyorum.



YILDIRIM BELEDİYE BAŞKANI İSMAİL HAKKI EDEBALI

KENTSEL DÖNÜŞÜM ANA GÜNDEM MADDEMİZDİR!

{ Kentsel dönüşümle ilişkin aldıkları tüm kararların, yaptıkları tüm planların arkasında bir şehircilik vizyonu olduğunu söyleyen Yıldırım Belediye Başkanı İsmail Hakkı Edebalı, kentsel dönüşümün ana gündem maddelerinden biri olduğunu vurguladı.

Yıldırım, son yıllarda yaşadığı dönüşümle Bursa'nın dikkat çeken ilçelerden bir tanesi.. Planlı şehircilik, sağlık hizmetlerine erişim, eğitim hizmetlerine erişim, ekonomi ve rekabet edilebilirlik, çevreyi korumak, kültür-sanat, spor ve kişisel gelişim ve yönetime katılım oranı gibi parametrelere dikkat ederek hizmet ürettiklerini dile getiren Yıldırım Belediye Başkanı İsmail Hakkı Edebalı ile Yıldırım'daki kentsel dönüşümü ve Yıldırım Belediyesi'nin ana gündem maddelerini konuştuk.

Ana gündem maddelerinizden sanırım bir tanesi kentsel dönüşüm. Bunun startını verdiniz ve epeyce de mesai harcadınız...

Kentsel dönüşüm gündemimizde önemli bir yere sahip. Kentsel dönüşümle ilişkin aldığımız tüm kararların,

yapmış olduğumuz planların arka planında şehircilik vizyonumuz ve bir de bu şehirde yaşayan insanların beklentisi var. Toplum gündeminde de bu var. Çünkü 40-50 yıldır içinde yaşadığımız binalarımız artık hem bize güven vermiyor hem de ortak alanlarımız az. Ortak alanların azlığı güvenlik, sağlık ve eğitimle ilgili birçok sosyal problemi de beraberinde getirdi. Biz de bu anlamda mekânsal planlamayı daha öne aldık Yıldırım'da. 2015-2016-2017 yıllarında şehirde 1.300 hektarlık bir alanı yeni bir imar düzenine dönüştürdük. Yani Yıldırım'ın tamamı 3 bin 500 hektar büyüklükte. Bütün imar planları değişti. Bunun ekonomik, teknolojik, psikolojik ve sosyal boyutu var. Biz de bu boyutları hesaba katarak bölgesel planlama yaptıktan sonra dönüşümün startını verdik. Çünkü sadece parsel bazında dönüşüm bu şehre bir şey sağlamaz. Dönüşüm

yaptığınız yerlerde ulaşım sorunu da çözen bir çalışma yapmanız lazım. Ayrıca eğitim ve sağlık alanlarına olan ihtiyacı da sosyal alanlara olan ihtiyacı da karşılamanız gerekiyor. Biz 50 hektarlık, 250 hektarlık, 450 hektarlık büyük alanlarda dönüşüm yaptık. Biz bunun doğru olduğuna inanıyoruz. Bu zor bir şey... Çünkü büyük alanlarda değişim yaptığınız zaman birçok kurumun olumlu görüşünü almanız, o bölgedeki mevcut durumu tespit etmeniz, mülkiyetleri analiz etmeniz, insanların gelir durumunu göze almanız lazım vs. Kentsel dönüşüm ile vatandaşlarımızı depreme dayanıklı, nitelikli yapıların bulunduğu, sağlıklı bir alana kavuşturacağız. Şu anda 15'e yakın mahallelerde kentsel dönüşüm var. İnsanımıza, "Sizin yüzde 80'inizin evet demediği projeyi yapmayacağız. Toplumsal mutabakatı önemsiyoruz. Vatandaş neye sahip olacağını biliyor. Ve evet dediği zaman da projeyi sahipleniyor; "Bu benim ve belediyenin ortak projesidir." diyor. Türkiye'de bu işi yapan nadir belediyelerden biriyiz.

Yerinde ve gönüllü dönüşüm...

Evet, yerinde, gönüllü ve toplumsal mutabakatla yapılan bir dönüşüm bu. Evini yıktığımızda mülk sahibine yenisini vererek dönüşüm yapıyoruz. Dönüşümde de mahalle kültürüne uygun bir tasarım uygulanıyor. Özellikle çocuklar, kadınlar, yaşlılar ve engelliler için yeterli park alanları oluşturuyoruz. Yıldırım Belediyesi, bu şehre değer katacak, vatandaşı mağdur etmeyecek, şehrin yaşam kalitesini artıracak, standartları yüksek bir planlama ve şehircilik ilkeleriyle objektif bir anlayışla kentsel dönüşüm yapıyoruz.

Bu dönüşümde Yıldırım Belediyesi'nin ne tür projeleri yer alacak?

1.300 hektar alanın hepsi dönüşüm alanıdır. Hepsi etap etap yapılacak. Kentsel dönüşüm uzun soluklu projelerle



hayata geçirilir. Yeni imar düzeni zaten dönüşümü tetikleyecektir. İmar düzeni araziye yaşanabilir standartlarda değerli hale getirdi ve müteşebbisleri, müteahhitleri buraya çekecek. Ayrıca bizim vizyon projelerimiz var. Kentsel dönüşüm hamlesinin en önemli ayağı olan Mevlana-Ulus Hümahatun Evleri'nin inşası hızla sürerken, 2018 yılı içerisinde uzlaşma sağlanan hak sahiplerine yapılacak 850 konut ve ticaret alanlarının teslimatında geri sayıma geçildi. Yıldırım'ın Kültürparkı olarak nitelendirilen ve temel atma töreni Çevre ve Şehircilik Bakanı Mehmet Özhasseki'nin katılımıyla gerçekleştirilen Sular Vadisi'nin inşası hız kesmeden devam ederken, 2018 yılı içerisinde projenin tamamlandığında ilçe önemli bir yeni yaşam alanı ve görsel zenginlik kazanacak. Sporun merkezi Yıldırım hedefinin en önemli yansıması olan, inşasında yüzde 60 seviyesi geçilen ve tamamlandığında Türkiye'nin en büyük spor kompleksi ünvanını kazanacak olan Yıldırım Spor Kompleksi, yeni şampiyonların yetişeceği şehri





aynı zamanda uluslararası spor organizasyonlarının merkezi haline getirecek.

Yıldırım aynı zamanda bir turizm ilçemiz. Bu konuda Belediye olarak neler yapıyorsunuz?

Turizm başlığı aslında şehrin yöneticileri ve şehirliler olarak hepimizin ihmal ettiği bir konu. Batıda hiçbir sanayi üretimi olmasa dahi ekonomisini sadece turizmle ayakta tutan şehirler var. Aslında bizim turizm potansiyelimiz onların çok üstünde. Yeşil Külliye, Yıldırım Külliyesi, Emir Sultan Camii, Cumalıkızık, Teleferik en önemli turizm değerlerimizdir. UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Osmanlı'nın kırsal mimarisinin eşsiz örneklerinden 700 yıllık Cumalıkızık yaptığımız ve sona gelen restorasyon çalışmalarıyla yeniden ayağa kalkıyor. Yıldırım'ın ilk termal sağlık merkezi olacak Selçuk Hatun Termal Tesisi'nin inşasını tamamladık ve 9 Şubat'ta merkezin açılışını gerçekleştireceğiz. Diğer taraftan Vişne Han projemiz var. Sadece Bursa ve Türkiye değil, dünya genelindeki bebe ve çocuk konfeksiyonu sektöründe önemli bir paya sahip olan Vişne Ticaret Bölgesi, ilçemizin ekonomik kalkınmasında çok önemli bir yere sahip. Bu alanda Türkiye'nin yaptığı ihracatın yüzde 80'ini Vişne Caddesi karşılıyor. Bölgeye inşa edeceğimiz Vişne Han Kapalı Çarşı Projesi'nin planları tamamlandı. 128 bin 292 metrekare kullanım alanına sahip olacak Vişne Han'ın bünyesinde; ticari alanlar, kongre salonu, çok amaçlı salonlar, düğün salonu, yeme içme birimleri, kapalı otopark gibi, esnafımızın tüm beklentilerine cevap verecek komple bir ticaret merkezi olacak. Yine dönüşüm yaptığımız yerlerdeki nitelikli alanlar ve vizyon projeler şehrin değerini artırdığı gibi

turizm potansiyelini de artıracaktır. Gerçekten de bu potansiyelimiz var ve turizm Yıldırım için en önemli başlıklardan bir tanesi.

Peki, kültür-sanat alanında neler yapıyorsunuz?

Kültür-sanat aslında belki de belediyecilik yaptığımız en önemli başlıklardan bir tanesi. Yıldırım Belediyesi, 2017



yılında da düzenlediği kültürel ve sosyal etkinliklerle, vatandaşların sosyal yaşamını renklendirerek insanların yaşamaktan mutluluk duyduğu bir şehir hüviyetine büründü. Tiyatrodan konserlere, söyleşilerden konferanslara, festivallerden kültür turlarına kadar birçok önemli etkinliğe imza atan Yıldırım Belediyesi, Ramazan Ayı etkinlikleri, Çocuk Tiyatro Festivali, Uluslararası Cumalıkızık Ahududu Festivali ve Cumhuriyet Bayramı kutlamalarıyla şehrin kültür sanat hayatını canlandırdı. Tiyatro sanatçıları Altan Erkekli, Uygur Kardeşler, Cengiz Küçükayvaz, Hakan Yılmaz ve İstanbul Meydan Sahnesi oyuncularını Yıldırımlılara keyifli gösteriler sergilerken, Melihat Gülses, Sümer Ezgü, Resul Dindar, Tan Taşçı, Demet Akalın, Buray ve Dursun Ali Erzincanlı da binlerce Yıldırımlıyla buluştukları programlarda seslendirdikleri eserlerle dinleyenlere unutulmayacak konser heyecanı yaşattı. Kültür turları ile Yıldırımlıları Türkiye'nin tarihi ve turistik öneme sahip şehirleri Konya, Çanakkale, Edirne, Nevşehir, Safranbolu-Amasra ve İstanbul'a götüren Yıldırım Belediyesi, Ramazan Ayı'nda da her akşam Bayrak Meydanı ve mahallelerde düzenlediği etkinliklerle Ramazan iklimini ilçe sakinlerine bir başka yaşattı. Alo Tiyatro projesiyle binlerce öğrenciyi okullarında tiyatroyla buluşturan Yıldırım Belediyesi, kardeşlik elini kilometrelerce uzaklıktaki Siirt'in Erüh ilçesine uzatarak iki hafta boyunca düzenlenen programlarla dostluk köprülerinin güçlenmesini sağladı.

Kadınlara yönelik ne tür projeleriniz var?

Şu anda 40 merkezde, 80 branşta 13 bin 180 kadınıma meslek edindirme kursu veriyoruz. Biz sadece sertifika vermiyoruz. Yıldırım'da Kadın Girişimi Üretim İşletme Kooperatifi kurduk. Kooperatifimiz sertifika almış, sanat edinmiş kadınlarımızın yaptıkları el işlerini pazarlama konusunda çalışma yapıyor. Ve kadınlarımızın hem sahip oldukları bilgiyi faaliyete geçirmek aynı zamanda da aile ekonomisine katkıda bulunuyor. Zeyniler Mahallemizde Çalıkuşu Kadınlar Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'ni kurduk. Zeyniler'i bir organik bir pazar haline getirdik. Kadınlarımıza oradaki kültür merkezimizi verdik. Diğer birçok çalışmayla beraber kadınlarımızın hayatın içerisinde olmasını sağlamayı hedefliyoruz.

2019'da yeni bir seçim atmosferine girmiş olacağız, bir yıl kala Yıldırım Belediyesi'nin öncelikleri ve gündemi nedir?

Bir şehir tasavvurumuz var. O şehir tasavvurumuzu stratejik plana döktük. O stratejik planda etap etap devam ediyoruz. Çok önemli 5 başlığımız var; kentsel dönüşüm Yıldırım için olmazsa olmaz. Etkin belediyecilik bizim için çok önemli. Vatandaşla birlikte yönetmek için sistemlerimiz var. Şu anda belki 50 tane personelimiz dışarıdadır; kapı kapı dolaşarak



yaptığımız projeleri anlatıyorlar. Etkin belediyeciliği çok önemsiyoruz. Az önce bahsettiğim sosyal ve kültürel belediyecilik hiç ara vermeden yaptığımız bir çalışma. Ve de yaptığımız her projenin şehrin hangi alanına olumlu etkisi olduğunu ölçümlüyoruz. Bu ölçümlemeyle kendimize bir karne çıkarıyoruz. Bu ileriki yıllarda diğer belediyelere örnek olacak bir çalışmadır.



PEUGEOT TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ İBRAHİM ANAÇ

ORTA VADEDE YÜZDE 8 PAZAR PAYI HEDEFLİYORUZ!

{ 2018 yılında Türkiye Ekonomisine ve Otomotiv Pazarına güvendiklerini belirten Peugeot Türkiye Genel Müdürü İbrahim Anaç, 3 yıl üst üste büyüyerek önemli bir başarıya imza attıklarını, orta vadede pazar paylarını yüzde 8'e çıkarmayı planladıklarını ifade etti.

Peugeot, Türkiye otomotiv pazarında ilk 10'da yer alan markalardan birisi. Toplam otomotiv pazarında %4,2 pazar payı ile 9. sırada yer alan Peugeot, otomobil pazarında ise 3 sıra yükselerek %4,1 pazar payı ile 10. sıraya yerleşti. 2020 yılına kadar yüzde 8 pazar payına ulaşmayı hedefleyen Peugeot Türkiye'nin faaliyetlerini ve hedeflerini Genel Müdürü İbrahim Anaç ile konuştuk.

Peugeot Türkiye'nin, otomotiv sektöründeki konumu hakkında bilgi verir misiniz?

Peugeot Türkiye Otomotiv sektöründe top 10 listesinde yer alan, gerek otomobil gerek ticari ürün yelpazesi ile pazardaki tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayan, her üründe üst düzey kalite vadeden ve farklı müşteri profillerine hitap eden bir markadır. Toplam pazarı dikkate aldığımızda 9. Sırada %4,2 pazar payına sahiptir. Otomobil pazarında 3 sıra yükselerek 10. Sırada yer alırken %4,1 pazar payına sahiptir. Hafif ticari araç pazarında ise %4,5 pazar payı ile 5. Sırada yer almaktadır.

PSA'nın açıkladığı Push To Pass planında açıkladığı üzere tüm bölgelerde iddialı satış ve pazar payı hedeflerimiz var. Peugeot Türkiye de bu hedef doğrultusunda performansını artırmayı planlıyor diyebiliriz.

2017 yılına baktığımızda toplam satışımız 40 bin 482 adet. Geçen seneye göre 4919 adet daha fazla araç satmış durumdayız. Türkiye'de satılan 48 markaya baktığımızda, satış miktarı açısından en fazla ilerleme gösteren markalardan biriyiz. Orta vadede % 8 civarı bir pazar payını hedefliyoruz. Pazar payını iki katına çıkarmak elbette bir yılda yapılacak bir şey değil. Fakat 2020 yılına kadar pazarın iniş ve çıkışları bu süreci etkilese de her sene 1 puan artırarak hedeflenen bu pazar payına ulaşacağız. Şu anki mevcut ürün gamımız, buna ek olarak gelecek yeni modellerimiz ve bayi teşkilatımızın katkılarıyla arzuladığımız hedefe ulaşmamızı sağlayacaklardır.

Yenilikçi ve rekabetçi modellerinizden bahsedebilir misiniz?

Peugeot Türkiye bu senenin bir SUV yılı olacağını ve Peugeot SUV ailesinin tamamlanacağını sene başında düzenlenen basın toplantısında açıklamıştı. 2016 yılının Ekim ayının sonunda satışa sunulan Yeni SUV 3008 modelimize olan talebin hala çok yüksek olduğunu gözlemliyoruz. 3008 satışlarımızı geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yaklaşık %200 artırdık.

Yine SUV pazarında merakla beklenen ve SUV segmentine konumlandığımız Yeni 5008 modelimiz de çok önemli ve başarılı bir lansman sonrasında tüketiciler tarafından büyük bir beğeni ile karşılanıyor. Yeni 5008'in de başarılı olacağının sinyallerini verdiğini söyleyebiliriz.

Hafif ticari araç segmentinde de özellikle Partner modelimizin çok başarılı bir performans gösterdiğinden bahsetmemiz gerekiyor. Kendi segmentinde 4. Sırada yer alıyor. 2017 yılında lansmanlarını yaptığımız Expert Panelvan ve Expert Traveller modellerimiz de hafif ticari araç ürün gamımızı daha da güçlendirdi.

Satış kampanyaları ile müşterilere sunduğunuz avantajlı seçenekler nelerdir?

Türkiye Otomotiv pazarı rekabetin çok yoğun olduğu ve dış faktörlerin sıkça değişip pazarı direkt etkilediği bir pazar. Bu şartlarda tüketicilerin satın alma süreçlerini kolaylaştıracak bir çok farklı kampanyayı devreye aldığımızı söyleyebiliriz. Bunlara örnek verecek olursak; kredi kampanyası, takas desteği, aylık taksit seçenekleri bunlardan sadece birkaçı.

Aralık ayında ise Peugeot Türkiye; gelişmiş teknolojileri, yakıt cimrisi performanslı motorları ile sıra dışı sürüş keyfi sunan ürün gamında seçili binek araçlarda "KDV'nin yarısı bizden" seçili ticari araçlarda ise "KDV'nin tamamı bizden Peugeot keyfini sürmek sizden" fırsatını sundu ve tüketicilerden çok yoğun bir ilgi gördü.

Bayilik konsepti ve satış sonrası hizmetler noktasında neler söylemek istersiniz?

Bayi teşkilatı Otomotiv sektöründe en önemli unsurlardan bir tanesi. Son tüketicinin temas ettiği ve Markanın temsil edildiği son nokta olarak büyük önem arz etmekte. Peugeot Markasının da en önemli iş ortakları olarak Bayi Teşkilatımızla birlikte büyüme planlarımızı yapıyoruz. Mevcut yapımıza ilave noktalar da açarak markamızın büyüme stratejilerini hayata geçirmeyi planlıyoruz.

2017 yılı itibariyle Peugeot Türkiye'nin sergilediği performansı nasıl değerlendiriyorsunuz?

2017 yılı 2016 yılına çok yakın bir büyüklükte tamamlandı. Peugeot Türkiye olarak toplamda yaklaşık 41 bin adetlik bir satışla %4'ün üzerinde bir pazar payı elde ettik. 2016 yılı ile mukayese edildiğinde bunun



önemli bir büyüme ve başarı olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle SUV ailesinin başarısının altını çizmemizde fayda var. Yeni SUV Peugeot 3008 modelimiz de talebin hala çok yüksek olduğunu ve daha fazla araç bulunması durumunda daha da fazla satış gerçekleştirmiş olacağımızı belirtmek isteriz. 2017 sonuçları ile Peugeot Türkiye 3 yıl üst üste büyüme göstererek önemli bir başarıya imza attı.

Türk otomotiv sektöründeki rekabeti nasıl yorumlamaktasınız?

Türkiye Otomotiv pazarı bir çok pazardan farklı dinamiklere sahip. Özellikle ekonomik parametrelerde yaşanan ani değişimler pazarımızı çok farklı kılıyor. Fakat bir o kadar da güçlü bir pazar olduğunu söylemek gerek. Zira ülkemizde yaşanan bir çok olumsuzluğa rağmen otomotiv pazarının mevcut seviyesini koruması çok önemli.

2018 yılı için hedefleriniz kapsamında öngörüleriniz nelerdir?

2018 yılında da Türkiye Ekonomisine ve Otomotiv Pazarına güveniyoruz. Orta vadede de pazar payımızı %8'e çıkarmayı planlıyoruz. Daha önce Push to Pass Planında da açıklandığı üzere her yıl bir yeni model lansmanı ile ürün gamımızı canlı tutacağız. Büyüme stratejimizin merkezinde mevcut Bayi Teşkilatımızın performansını daha da yukarı taşımak ve müşteri memnuniyetinde de referans marka olmak yatıyor.

2018 için sürpriz modelleriniz olacak mı?

Push To Pass planında da bahsettiğimiz üzere her sene bir modelin lansmanını yapacağız. Hangi modellerimiz olacağını ise ilerleyen dönemlerde paylaşacağız.



FİBA EMEKLİLİK GENEL MÜDÜRÜ EROL ÖZTÜRKOĞLU

FİBA EMEKLİLİK ZİRVEYİ HEDEFLİYOR!

{ 2017 yılını beklenenin oldukça üzerinde bir sonuçla kapattıklarını belirten Fiba Emeklilik Genel Müdürü Erol Öztürkoğlu, 2018'de de büyüyeceklerini, nihai olarak en büyük oyuncularından biri olmayı hedeflediklerini vurguladı.

Bireysel Emeklilik Sistemi (BES) geçen yıl uygulamaya konan otomatik katılımla birlikte bir taraftan katılımcı sayısını ve fon büyüklüğünü artırırken diğer taraftan yeni oyuncular açısından heyecan yaratmaya devam ediyor. Bu hareketli dönemde Fiba Emeklilik daha önce Ergo Emeklilik alımıyla başlattığı atağı Groupama portföy devralması ile sürdürüyor. Fiba Emeklilik Genel Müdürü Erol Öztürkoğlu ile BES'in gelişimini ve Fiba Emeklilik'in hedeflerini konuştuk.

Fiba Emeklilik'in kuruluşundan bu yana gelişimini özetle anlatabilir misiniz?

Fiba Emeklilik'in kuruluşundan beri buradayım. 2017 yılbaşı itibariyle de genel müdürlük görevini üstlendim. Kurulduğumuz günden beri sektörümüzde oldukça hızlı büyüdük. Gerek hayat sigortası tarafında gerekse bireysel emeklilik tarafındaki fon büyüklüğü açısından her sene büyüme gerçekleştirdik. 2017 özeline baktığımızda hayat sigortası tarafında yüzde

300'e yakın bir büyüme gerçekleştirdik. Geçen sene 50 milyon lira civarında bir primle kapattık, 2017'yi 145 ile 150 milyon TL arasında bir yerde kapatacağız. Bireysel emeklilik tarafında 280 milyon civarında bir fon büyüklüğü ile başlamıştık, 530 milyon TL civarında bir fon büyüklüğüne geldik. Biliyorsunuz bir şirket kurulduğunda bireysel emeklilik ve hayat sigortası tarafında 5-8 yıl zarar öngörülür. Biz Fiba Emeklilik olarak kurulduğumuz günden beri sadece kuruluş yılımızda zarar vardı. 2017'yi de 22-23 milyon TL civarında karla kapatacağız.

Hedefleriniz dahilinde olsa gerek...

Aslında bu kadar hızlı büyümeyi öngörmüyorduk. 2017'de büyümemiz biraz daha kısıtlı olur diye düşünüyorduk. Burada özellikle KGF'nin banka kanalları üzerinden kredi hacmini büyütmesi, ikincisi genel müdürümüzün Fibabanka'ya geçmesiyle beraber yaratmış olduğumuz sinerji hat safhada oldu. Banka

genel müdürünün sigorta kökenli olması otomatik olarak sigorta algısında seçiciliği ön plana getirmiş oluyor. Diğer taraftan bankamız da büyüdü. Fibabanka dışında 3 bankayla daha çalışıyoruz. Dolayısıyla orada bir derinleşme sağladık. 2017 yılı başında Aktifbank ile bir anlaşma imzaladık. Bu, büyümeyi hızlandırdı. Mayıs ayında Oyak Grubu'yla otomatik katılım ve bireysel emeklilik tarafında bir anlaşma imzaladık. Stratejik işbirliği yaptık. 2016 Ekim ayında Fiba Emeklilik ve Ergo Emeklilik'i birleştirdik. Oradan 320 acente geldi. Orada aldığımız fon büyüklüğünü daha yukarı taşıdık; hayat sigortası tarafında derinleşme sağladık. Dolayısıyla her kanalda öngördüğümüz marjlardan biraz daha hızlı gittik. Tanışma süresi için acentelere bir süre vermiştik, onu çok hızlı yaptık. Acentelerin çok hızlı adapte oldular. Tüm bunları birleştiren 2017 bizim açımızdan beklenenin oldukça üzerinde bir sonuçla geçti.

Bu büyümeyi tetikleyen faktör neydi?

Bizim lokomotifimiz kredilere bağlı hayat sigortalarıydı. Ama şöyle bir şey var; kredilere bağlı sigortalarda tazminat ödüyorsunuz. Borçlu dönemlerde insanların risklerini sigorta şirketlerinin ödüyor olması bilinçlenmeyi de artırdı. Bildiğiniz gibi kredi sigortalarında mesela hayat sigortası yaptırma ya da şirket seçme zorunluluğunuz yok. Başka yerlerden yaptırabilirsiniz ama insanlar buna itiraz etmiyorlar artık. Çünkü günün sonunda kendi faydalarına olan bir şey. Şimdi hayat sigortası Türkiye'de halen daha ucuz bir üründür. Bunun temel nedeni de kaderci zihniyetimizi henüz terk etmemiş olmamızdır; maalesef hala bunu devam ettiriyoruz. Ancak diğer yandan Türk toplumu demografik açıdan da bir değişim içerisinde. Bizim bu değişimle birlikte hayat sigortasının önemini çok daha iyi anlatmamız lazım. Burada sizlere ve bizlere çok büyük görevler düşüyor.

Sektör yarınlar nasıl hazırlanıyor? Neler yapıyor?

Sektör şu an itibarıyla düzenleyici kurumlarla birlikte çok fazla bilgilendirerek satışlar yapıyor. Geçmişteki yanlış satışların yarattığı olumsuz algıyı dikkate alarak doğru satışlar yapıyor. İkincisi; müşterilere ürün yelpazesini genişleterek sunumlar yapıyoruz. Her şirkette oldukça değişik ürünler var raflarda. Fiba Emeklilik olarak satışçılarımız önce müşterinin ihtiyacını ortaya koymaya çalışıyor. Sonrasında satış yapmaya çalışıyoruz. Günün şartlarına uygun ürünler geliştiriyoruz. Eğitim seviyesinin ve iletişim kanallarının artması ile birlikte bireysel emeklilik sisteminin bilinirliği artıyor, insanlar bireysel emeklilik planları yapmaya başlıyor.

Fiba Emeklilik sektörde kendini nerede ve nasıl konumlandırıyor?

Bireysel emeklilik tarafında fon büyüklüğü olarak 11-12. Sıralardayız. Katılımcı sayımız 150 bin civarında.

Hayat sigortası tarafında 12.-13. Şirket olarak kapatma durumumuz var. Dolayısıyla 5 yıllık süreç açısından baktığımızda kendimizi başarılı buluyoruz. En nihayetinde en büyük oyunculardan birisi olmak istiyoruz. Bu anlamda var olan kanallara yatırım yapıyoruz; bankayla daha fazla sinerji yaratmaya çalışıyoruz. Operasyonel süreçleri çok iyi geliştiriyoruz, teknolojik yatırım yapıyoruz. Büyümeye paralel olarak operasyon kadrolarını büyütüyoruz. Çünkü geliri ve karı artırırken gider yapımızı da kontrol altında tutmamız gerekiyor. Özetle daha verimli çalışmaya gayret ediyoruz. Teknoloji anlamında dijital yatırım yapıyoruz, geleceğin dijitalde olduğunu düşünüyoruz. İki yıldır online kanalda hem hayat hem emeklilik sigortası satışı yapan tek şirketiz. 2018'de mobil uygulama tarafına biraz daha ağırlık vereceğiz. Ancak mobil uygulama kirliliği oluşturmak istemiyoruz. Farklılık yaratmaya çalışıyoruz. Çünkü kişinin yaşamına girmemiz lazım. Bankacılık tarafında bu daha kolay. Ancak bireysel emeklilik ve hayat sigortasında biraz daha zor. Fon tarafı da bizim için çok önemli. Müşteriler açısından fon getirilerini yükseltme yönünde gayret sarf ediyoruz. Emeklilik sektörünün geçmişine baktığımızda fon dağılım değişikliği yapmak katılımcılar açısından çok kullanılan bir şey değil. Biz bu anlamda müşterilere daha etkin bilgilendirme yapmaya çalışıyoruz.

ERGO Emeklilik satın alımı ve sonrasında Groupama Emeklilik portföy devri ile birlikte acente ağını ciddi bir şekilde büyüdü. Peki, acenteler neden Fiba Emeklilik'i tercih ediyor?

Acente ağıımızın genişlemesi sürecinde planlı ve hazırlıklı hareket ediyoruz. Bu alanda önceliği acentelerimize operasyon yaratmadan entegrasyon sağlayabilme konusuna verdik. Fiba Emeklilik ailesine dahil olan acenteler, imzasız ortamda satış için gerekli altyapıya anında kavuşuyor. Kurulum için zaman harcamıyor, hiçbir operasyonel zorluk ile karşılaşmıyor ve böylelikle doğrudan işlerine odaklanabiliyorlar. E-acente online platformumuz satış ve raporlama için sorunsuz bir ortam sağlıyor. Buna ek olarak kısa bir süre sonra müşteri bazında işlemlerini merkez ile koordineli yapabilmelerini, tüm soru ve taleplerine hızla ve doğrudan yanıt alabilmelerini sağlayacak CRM portalimizi de acentelerimizin kullanımına açacağız. Başarı getiren bir diğer avantajımız ise Fiba Emeklilik olarak acenteye öncelik veren ve onların ihtiyaçlarına cevap veren özelleştirilmiş bir yapıya sahip olmamız. Doğamız gereği acentelerimizle daha hızlı ve butik çalışabiliyoruz. Komisyon sistemimizi sattıkları ürün gamına göre acentelerimizi mutlu etmek üzere şekillendirdik. Piyasadakilerden farklı ürünlerimiz olması, özellikle hayat sigortası tarafında acentelerimizin elini güçlendiriyor. BES'te ise müşterilerimize fon önerisi getirebilen tek emeklilik şirketi olmamız acentelerimizin, müşteri karşısında



gücünü artırıyor. Tüm bunların yanında, Fibabanka desteğini arkamıza almamızın da acentelerimiz açısından avantajları var: Sigorta şirketlerine teminat vermekle yükümlü olan acentelerimiz için, Fibabanka'dan ilk yıl 50.000 TL'ye kadar komisyonless teminat mektubu sağlıyoruz. Cep şubesinde ücretsiz işlem imkânı, 12 ay ücretsiz hesap işletimi, ilk yıl aidatsız Business Kredi Kartı, tüm ATM'lerden masrafsız hizmet alabilme ve Sanal Pos gibi ek değerler ile finansal ihtiyaçlarında da acentelerimizin yanındayız.

BES'te durum nedir şu anda?

Otomatik katılımda 2018'de yeni dönem başladı. Çalışan sayısı 50-99 arasında olan bir işverene bağlı olarak özel sektörde çalışanlar ile mahalli idareler ve

kamu iktisadi teşebbüslerinde çalışanlar 01.01.2018 tarihinden itibaren, Çalışan sayısı 10-49 arasında olan bir işverene bağlı olarak özel sektörde çalışanlar 01.07.2018 tarihinden itibaren işverenleri aracılığıyla bireysel emeklilik sistemine otomatik olarak dahil edilecekler. Otomatik katılımda sisteme 7-8 milyon kişi girerken, çıkışlar sonrasında 3,2 milyon kişi sistemde kaldı. Dolayısıyla çıkış oranları yüksek. Bence burada bardağın dolu tarafından bakmak lazım. Çünkü bu tür otomatik katılım sistemleri felsefik olarak temel değeri eylemsizlik üzerine kurulan sistemlerdir. Burada yüzde 30 rakamı kötü bir rakam değil, beklenen sonuçlardır. Son 10 yılda 6.5 milyon insanı sisteme dahil ettik. Rakamları geriye doğru incelediğimizde 2013-2016 yıllarında sisteme dahil edilen kişi sayısı 3,5 milyon civarındadır. Böyle bakınca 3,2 milyon rakamı başarısızlık olarak görülemez. Bu kitlenin çoğunluğu da daha önce bireysel emeklilikle tanışmamış kişilerden oluşuyor. Diğer taraftan şu anda sistemde 75 milyarlık bir tasarruf oluşmuş. Türkiye'de tasarruflar olarak bakıldığında en büyük kalemi BES oluşturuyor. Bireysel emeklilikle ilgili detaylı anketlere bakıldığında bireysel emekliliğin dışında birikimi olmayan geniş kitle var.

Sizin kurum içinde personel yetiştirmeye ilgili bir programınız var mı?

Daha yeni kurulduğumuz için daha çok deneyimli personel ithal ediyoruz. Ama sektörel anlamda baktığımızda herkes kendi eğitim kurumlarını kurdu, güzel bir endüstri haline dönüştü, hatta çevre unsurlarıyla baktığınızda bu tür hizmetleri veren kuruluşların sayısı da çok arttı.

Sektörde başka oyunculara ihtiyaç var mı sizce?

Türkiye'nin demografik yapısına baktığımızda gidilecek çok yolumuz var. Gelişmiş ülkeler ile kıyasladığımızda da aynı sonuca varıyoruz. Dolayısıyla potansiyel oyunculara yer var. Fakat çeşitli nedenlerden dolayı konsantrasyonunu kaybeden şirketler olabiliyor. Kimisi fokusunu daraltarak farklı kanallara dönmek istiyor. Bu sadece sigortacılığa özgü bir şey değil, enerjide de öyle, bankacılıkta da öyle. Bu yön değiştirmeler de oyuncu sayısında azalmaya ya da tersine artışa sebebiyet veriyor. Yani 22 milyon yeni müşteri kitlesinin 18 şirket için dar bir alan olduğunu söylemek rakamsal açıdan doğru değil.

Son olarak 2018'e bakışınızı konuşalım...

2018 açısından baktığımız zaman 2018'de yine 2017'de olduğu gibi büyümeyle kapatacağımızı düşünüyorum sektör olarak. Keza Fiba Emeklilik olarak bizler de mevcut pirim üretimlerinin daha üzerinde pirim üreteceğimizi öngörüyoruz. Diğer taraftan Groupama Emeklilik satın almasıyla birlikte 530 milyon lira üzerinde olan fon büyüklüğümüz 1,5 milyar TL üzerine çıkmış oldu.

ŞUBAT AYINDA, USD/TL'DE GERİ ÇEKİLME İZLENEBİLİR Mİ?

// Türkiye, 2018 yılına yine hareketli başladı. TL varlıklar, yılın ilk günlerinde pozitif ayrışırken, Afrin ile ilgili operasyonun gündeme gelmesi iç piyasayı huzursuz etti ve sert tepkiler izlendi. Sonrasında, operasyona yönelik endişelerin azalması ortamı biraz rahatlatmıştı. Dolayısıyla, TL varlıklar kayıplarını toparlamaya çalışırken, BIST 100 endeksinde de rekor seviyeler konuşuldu.

Aralık ayı enflasyonunda, manşet tarafta baz etkisinden kaynaklı olarak düşüş gözlemlendi ancak çekirdek enflasyon ise %12'nin üzerinde seyrini korumaya devam etti. TCMB ise 18 Ocak günü yapmış olduğu PPK toplantısında, bir süre daha baz etkisinden kaynaklı olarak enflasyonda düşüşün olabileceğini ancak bu tablo karşısında sıkı duruşunu koruyacağını altını çizdi. Bu açıklamaların ardından, 07 Mart tarihinde yapılacak olan yılın ikinci TCMB PPK toplantısı için o güne kadar olağanüstü bir durum olmadıkça, piyasaların TCMB'den bir aksiyon beklemediğini de belirtmekte fayda var. Dış piyasada ise güçlü Dolar algısını konuşamıyoruz. Ocak ayında, ABD'de hükümet 3 günlük kepenkleri kapattı. 08 Şubat tarihine kadar yeniden geçici bütçe tasarısını onayladılar ve hükümet faaliyetine kaldığı yerden başladı. Bütçe gelişmeleri bir süre daha piyasaları rahatsız edecek ve bu durum hiç kuşkusuz ABD Dolarının güçlenmesini zorlaştıracaktır. 08 Şubat tarihine kadar gelişmeler yakından takip edilecek ve o gün artık hükümetin tasarıyla ilgili daha net bir sonuca varması durumunda, ABD piyasalarının nefes alabileceğini söyleyebiliriz. Bu ay, Fed'in komitesi değişiyor. Yeni başkan J. Powell koltuğunu devralacak ve merakla piyasalar Powell'ı izliyor olacak. Aslında, mevcut Fed komitesinde sadece koltuk değiştirerek ve şahin bir aday olarak görülmediği için ilk tepkilerin fiyatlamalar üzerinde yeni bir sayfa açmasını beklemediğimi söyleyebilirim. Powell'ın Başkan olarak ilk toplantısı 21 Mart 2018 tarihinde olacaktır. Aynı zamanda, bu toplantıda Fed ekonomik projeksiyonlarını açıklayacak ve Powell'ın bir basın konuşması olacak. Dolayısıyla, Mart toplantısına kadar Powell etkisinin fiyatlamalar üzerinde sınırlı bir hareket yaratmasını bekliyorum. Ancak, komitede 4 koltuk hala boş. Bakalım, Başkan D. Trump bu koltuklara hangi isimleri oturtacak ve komitedeki dengeleri nasıl değiştirecek. Bu kısım biraz daha ön planda olabilir. Önce şunu belirtelim, Şubat ayında Fed ve TCMB yok. Dolayısıyla, bizler iki majör Merkez Bankası olmadan bir ay geçiriyor olacağız. Sakin bir ay bizi bekliyor demek isterdim ama ne zaman sakın desek başka olaylar yaşayarak, farklı fiyatlamalarla karşılaşyoruz. Dolayısıyla, yine temkinli olmakta fayda var.

*05 Şubat - Türkiye'de ocak ayı enflasyon rakamları açıklanacak. Manşet enflasyonda, baz etkisinden kaynaklı düşüş bekleniyor. Aralık ayı, çekirdek enflasyon %12.39 olarak açıklanmıştı ve ocak ayında çekirdek enflasyonun performansı biraz daha ön planda olacaktır. Ancak, her ne kadar enflasyonda iyileşme sinyalleri gelse bile



Integral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Uzmanı Eda Karadağ

fiyatlamalar üzerinde sınırlı bir etki yaratabilir çünkü TCMB açıkça sıkı duruşunu korumaya devam edeceğini vurguladı.

*15 Şubat – 2017 Kasım ayı işsizlik oranı karşımıza çıkıyor. İşsizlik oranı rakamlarının, fiyatlamalara etkisinin hissedilmediğini biliyoruz. Ancak, hükümetin uygulamış olduğu teşvikler ve 2017 Şubat ayından bu yana istihdam seferberliğinin etkilerini her geçen ay işsizlik rakamları üzerinde hissetmeye devam ediyoruz. En son açıklanan ekim ayı işsizlik oranı %10.6'dan %10.3'e geriledi. Bu düşüşün kasım ayında da sürüyor olması, istihdamda çarkların yolunda gittiğinin göstergesi olarak yorumlanabilir. Ama dediğim gibi piyasada fiyatlamalar üzerinde etkisini hissetmeyeceğiz sadece Türkiye'nin ekonomi karnesinde işsizlik oranının notunu veriyor olacağız.

Yukarıdaki takvimde, şubat ayı içerisinde Türkiye'nin takip edeceği iki önemli veriyi sizlerle paylaştım. Tabii ikisi arasında en önemlisi hiç kuşkusuz enflasyon rakamları olacaktır. Verilerin dışında, yazının başında da belirttiğim gibi Afrin operasyonu sonlanmadığı müddetçe şubat ayında da bunu konuşmaya devam edebiliriz. Yalnız, bu operasyonla ilgili piyasalara verecekleri mesaj fiyatlamaları yakından ilgilendirecektir. Türkiye'ye yönelik risk algısı ne kadar zayıflarsa bu durum TL varlıklar açısından bir o kadar pozitif fiyatlanabilir.

Şubat ayında, dış piyasada güçlü Doları konuşacağız gibi durmuyor. Bu durum, gelişmekte olan ülke piyasalarına fon akışını destekleyebileceği gibi TL varlıklarında buradan pozitif nemalanmasını sağlayabilir. Eğer, Türkiye'ye yönelik risk algısında bozulma olmaz ve riskler her geçen gün daha da zayıflarsa bu durum USD/TL kurunun bir süre daha geri çekilmesini destekleyebilir. Teknik olarak ele aldığımız zaman, grafikte USD/TL kurunun aşağı yönde gidebilecek alanının olduğunu söylemek mümkün. Dolayısıyla, USD/TL kurundaki geri çekilmelerin kısa vadeli fırsat olarak değerlendirilmesi beklenebilir.



LİMAK ULUDAĞ ELEKTRİK GENEL MÜDÜRÜ ALİ ERMAN AYTAÇ

TOPLAM SATIŞLARIMIZ YÜZDE 28 BÜYÜDÜ!

Verdikleri tüm hizmetlerde müşteri memnuniyetine odaklandıklarına vurgu yapan Limak Uludağ Elektrik Genel Müdürü Ali Erman Aytac, 2017 yılında elektrik satışında Bursa-Balıkesir-Çanakkale-Yalova illerinde yüzde 5 büyürken toplam satışlarda yüzde 28 artış sağladıklarını ifade etti.

Üç milyon abonesiyle başta görevli olduğu Bursa, Balıkesir, Çanakkale ve Yalova dahil olmak üzere Serbest Tüketici kapsamında toplam 66 şehirde hizmet veren Limak Uludağ Elektrik'in 2017 yılı değerlendirmesini ve 2018 hedeflerini Limak Uludağ Elektrik Genel Müdürü Ali Erman Aytac ile konuştuk.

2017 Limak Elektrik açısından nasıl bir yıl oldu? Ve 2018 için projeleriniz nelerdir?

2017'de bizim açımızdan bu önemli projelerden bir tanesi müşteri işlem merkezlerinin sayısını artırmaktı. Onun dışında şebekeyle ilgili yatırımlar söz konusu

oldu. Teknoloji yatırımları bir tarafa, müşterilerimizin konforlu hizmet alabilecekleri fiziksel mekanlarda ciddi sayıda artış sağladık. 2016'nın sonunda 60 küsur civarındayken 2017 sonunda 100 civarında toplam müşteri işlem merkezine ulaştık. Bunun dışında fatura ödeme merkezleriyle bir anlaşma yaptık. Böylece hizmet alanımızı genişletmeyi sürdürdük. 2018'de ödeme noktalarımızı 120-130'lara ulaştırmayı hedefledik. BDDK lisansına sahip kuruluşlar üzerinden bir ihale yaptık ve üç kuruluşla anlaştık. Artık müşterilerimiz bu noktalara gittiğinde kendi hizmet noktalarımızda elektrikle ilgili yapabildikleri tüm

işlemleri yapabiliyor olacaklar. Aboneliğin başlatılması, sonlandırılması, güvence bedelinin iadesi, fatura ödemesi vb... Bu hizmetleri bizim yerlerimizde olduğu gibi ücretsiz alabilecekler.

Diğer tarafta iki sene önce başlattığımız online işlem merkezimiz var. Onu bu sene daha fazla tanıtmaya çalışacağız. 2017'de 10 binin üzerinde kişinin aboneliğini bu kanal üzerinden başlattığını görüyoruz. Belki kat edeceğimiz mesafe var ama 10 bin kişiye bu kanal üzerinden ulaşp onları işlem merkezlerine getirmeden işlemlerini halletmiş olmamız çok güzel. 2018 yılında çok daha fazla abonemizi faydalandırmayı ve aldıkları hizmeti kolaylaştırmayı hedefliyoruz.

2017 yılını müşteri memnuniyet yılı ilan etmiştik; bu kapsamda da bazı projeler geliştirdik. Şubat ayında uygulamaya koyduğumuz bir esnek fatura projemiz var. Bu kapsamda aynı kredi kartlarında olduğu gibi insanların son ödeme tarihlerini kendilerinin belirlemesine imkan sağladık. Normalde mevzuata göre; sayaç okunur, fatura düzenlenir, 10 günlük bir ödeme süresi verilir, ödenmezse gecikme faizinin başlatıldığı ihbar ve kesmeye kadar giden süreç başlatılır. Biz bunu biraz esnettik ve ödeme tarihini müşterinin inisiyatifine bırakarak bir çözüm üretmiş olduk. Esnek Fatura uygulaması sayesinde kesme sayısı 2016 yılına göre %21 oranında düştü.

Peki, büyük tutarlı faturalar olduğunda taksitlendirme gibi bir imkan sunuyor musunuz?

Bir kere ödemede nakit esastır. EPDK'nın belirlediği kurallar çerçevesinde hareket ediyoruz. Dolayısıyla ödemeyi vadeye yaymamız mümkün değil. Ama tüm

bankalarla anlaşmamız var; müşterilerimiz kredi kartları üzerinden taksitlendirme yapabiliyorlar. Esnek fatura yanında müşterilerimiz fatura alt limitini de belirleyebiliyor. İnsanlar bir süreliğine ikametini değiştiriyor veya 2-3 ay tatile gidebiliyorlar ama evlerinde çalışan sabit cihazlar var, buzdolabı, derin dondurucu vesaire. Onlar evde olmadığı zaman küçük faturalar oluşmaya devam ediyor. Bu ödenmeyince yine faiz oluşması, elektriğin kesilmesi söz konusu oluyor. Bunun önüne geçilmesi için alt limit uygulaması geliştirdik ve müşteri örneğin; 50 liranın altında fatura oluşmamasını isteyebiliyor. Üç ayın sonunda evine döndüğünde faturasını rahatlıkla ödeyebiliyor. Bu iki hizmet de şu an için sektörde ilk ve tektir. Onun dışında müşterilerimizi geçmişteki borç ödeme geçmişlerine göre bir gruplamaya tabi tuttuk, puanladık. Şimdi A ve B Grubunda ödemelerini düzenli yapan ya da çok nadiren aksatan müşteriler için kesme iş emri oluşturmuyoruz. Tabii, düzenli ödeme alışkanlığı olmayan küçük bir grup da var. Kesme yapmadığımız kategoriye daha da genişleterek müşteri memnuniyet düzeyini geçen senenin üzerine çıkartmak istiyoruz.

Biraz da satış rakamlarınızı konuşalım...

Limak Uludağ Elektrik tarafından yapılan elektrik satış miktarı 134 ülkenin elektrik tüketiminden fazla bulunuyor. Sanayi, ticarethane, mesken, tarımsal sulama ve aydınlatma olmak üzere beş ana grupta gerçekleşen faturalama işlemlerinde sanayi tüketimi yine başı çekti.

2017 yılında 100 binin üzerinde yeni abone Limak ailesine katıldı ve taşınan aboneliklerle beraber yılın genelinde yapılan abonelik işlem sayısı 386 bine ulaştı.





Bursa-Balıkesir-Çanakkale-Yalova illerindeki artış yüzde 5 iken Limaç Uludağ'ın toplam satışlarındaki artış yüzde 28 oldu. Abone grupları bazında büyüme oranlarına bakıldığında; en yüksek artış yüzde 11 ile ticarethane olurken, yüzde 9 ile mesken ikinci sırada yer aldı. En düşük büyüme oranı yüzde 2 ile sanayide oldu.

Bölge dışındaki diğer illerde bir genişleme oldu mu?

Evet, şu anda toplam satış yaptığımız il 66'ya ulaştı. Bizim hedefimiz tüm Türkiye'ye satış yapmak ama sınırlı acentelik ağıımızın olmadığı iller dışında hedeflerimize ulaşmış olarak gözüküyoruz. Bu 66 ilde kamu ihaleleri yoluyla hizmet verdiğimiz kurumlar, sanayi dahil özel sektör kuruluşları, konutlar ve de ticarethaneler olmak üzere çok geniş bir müşteri portföyüne ulaştık.

Elektrikte serbestleşme ile sektörde oyuncu sayısı arttı. Ancak sizin gibi güçlü kurumsal firmalar bu rekabetten dolayı çok fazla kayıp yaşamadı. Sizce buna marka algısı mı neden oluyor?

Sonuçta elektrik tedariki önemli bir iş. İnsanların hayatında elektrik vazgeçilmez bir ürün. Dolayısıyla

insanlar tercihini yaparken tanıdığı, arkasındaki finansal gücüyle kendisini tatmin edecek kuruluşları ön planda tutuyor. Limaç Uludağ Elektrik, Limaç Holding gibi, inşaat, çimento, turizm, enerji, gıda ve havacılık sektörlerindeki yatırımlarıyla dünyada dikkatleri çeken bir grup bünyesinde faaliyet gösteriyor. Bizim dış bölgede bu kadar hızlı büyümümüzde bu markanın sağladığı çok büyük bir avantaj var.

Serbestleşmenin akabinde nasıl bir rekabet yaşanıyor şu anda?

Serbestleşme artı özelleştirme diyelim. Son 15 sene Türkiye bu ikisini de yaşadı. Devletin elindeki büyük enerji varlıkları özel sektör eliyle işletilmeye çalışıldı. Serbestleşme olunca da rekabet hem kaliteyi hem ucuzluğu getirdi. Bu da müşteri memnuniyetini artırdı. Şubelerimiz banka şubelerinden farksız. İnsanlar bilgi işlem alt yapısıyla beraber çok kısa sürelerde işlemlerini yapabiliyorlar.

Tatsız bir rekabet oluştu mu?

Piyasada taşlar yerine oturuncaya kadar maalesef o tip vakalarla da karşılaştık. İki sene öncesinde 200'e yakın tedarik şirketi varken, geçtiğimiz sene sonunda 100 civarında aktif şirket kaldığını görüyoruz. Çekilen şirketler sektöre hazırlıksız girdiler ve bunun kötü sonuçlarını hem kendileri hem de müşterileri yaşadı. Elenmeden sonra sermayesi, insan kaynağı ve üretim yapısı güçlü şirketler ayakta kaldı. Bugün sektör daha stabil yapıya doğru gidiyor. O stabil yapıda uygun fiyatla elektrik kullanmak ve daha kaliteli hizmet almak beklentisindeki müşterileri memnun edebilecek az sayıda şirket ayakta kalacak. Sonrasında daha güvenilir bir piyasayla karşılaşacağız.

Endüstri 4.0'ın sektörünüze olası etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bizim esas işimiz elektrik satmak. 4.0'da sanayi tarafında bir verimlilik sağlanacak. Otomasyonla birlikte elektrik tüketiminde muhtemelen verim artışları gündeme gelecek ama personel sayısı düşecek. Tabii ki biz de teknolojiyi olabildiğince çok kullanmaya çalışıyoruz ama bu tip kamu hizmetleri daha geleneksel ve emek yoğun özelliklere sahip. Dolayısıyla teknoloji kullanım hızı da biraz düşük kalıyor. Buna rağmen biz teknoloji kullanımını maksimuma çıkarmaya çalışıyoruz. Hem saha operasyonları anlamında hem de karar verme mekanizmalarının optimizasyonu açısından teknolojiyi sisteme entegre etmeye çalışacağız.

DOLAR'IN ATEŞİ SÖNÜYOR MU?

Şimdilerde en önemli gündem maddesi küresel piyasalarda ABD Dolarına yönelik zayıf algılar diyebiliriz. Öyle ki, dolar endeksi en son 2014 yılı Aralık ayında gördüğü seviyelere geriledi. Şu sıralar dolar endeksi 90 seviyesinin altında zayıf bir tablo çiziyor.

Amerika Birleşik Devletleri, 2017 yılına yeni ABD Başkanı D. Trump'ın ABD ekonomisini sağlam temellere taşıyacak reformlara yönelik beklentiyle başlamıştı. 2016 yılı Kasım ayında (ABD Başkanı seçimleri) ABD Dolarında başlayan ralli, dolar endeksini 100 seviyesinin üzerine taşıdı. Ancak 2017 yılı başından itibaren yüksek beklentiler ve oluşan güçlü algı, yavaş yavaş yerini durağan bir seyre bıraktı ve dolar endeksinde önemli ivme kayıpları yaşanmasına neden oldu. Özellikle bu dönemde Trump'ın popülist söylemlerinin artması ve ABD'nin daha önce şahit olmadığı bir Amerikan Başkanı imajı çizmesi doların gevşemesine olanak sağladı. Diğer yandan Amerika Merkez Bankası (Fed) para politikasında kademeli faiz artırımını devam ettirerek piyasalara bu cephede yeni bir hikaye vermedi. 2018 yılında ise global ölçekte fiyatlamaları yönlendiren ana hikayenin Amerika Merkez Bankası ya da ABD Doları olmaktan uzaklaştığını izliyoruz. Küresel piyasalarda piyonlar yer değiştiriyor ve oyun farklılaşıyor.

Dünya büyümesinin sağlıklı ve birbirine entegre bir şekilde gelişmesi Merkez Bankalarının kendi ekonomilerine karşı daha net mesajlar vermesini destekliyor. Amerika Merkez Bankası gibi oyun değiştirici diğer küresel Merkez Bankaları daha cesur adımlar atmaya başladı. Bu noktada en iyi örnek Avrupa Merkez Bankası ve Euro Bölgesi olsa gerek. 2017 yılında Euro Bölgesi özel sektör genişlemesinin son üç yılın üzerine çıkması, istihdam sağlanması açısından temellerin sağlamlaşması ve en önemlisi bölgedeki büyümenin güçlenmesi, piyasadaki algının Euro Bölgesi ekonomisine ve Euro'ya kaymasına neden oldu.

Avrupa, Çin gibi oyun değiştirici ülkelerin büyüme performansları göz doldurmaya devam ediyor. Diğer yandan değişen ekonomik koşullarla birlikte Avrupa ve Japonya Merkez Bankaları daha şahin söylemler içerisine girdiler. ABD büyümesi destekleyici olmasına karşın küresel büyümenin ön planda olduğu bir sürece girdik. Bu durum önümüzdeki günlerde Doların cazibesinin daha da azalmasına neden olabilir.



İntegral Yatırım Menkul Değerler
Araştırma Uzmanı Seda Yalçınkaya Özer

Fed'in 2018 yılına 3 faiz artıracığını biliyoruz ve piyasalar açısından bir sürpriz değil. ABD'de yasalaşan vergi reformu ABD ekonomisine önemli katkılar yapamaz ise muhtemelen Fed 2018 yılında üç faiz artırımını ile sınırlı kalacak. Piyasa fiyatlaması açısından Amerika Merkez Bankasının adımları daha sakin fiyatlamaya denen olabilir ve bu noktada piyasanın ilgisi sürprize açık Merkez Bankalarına kayabilir.

Algının diğer ülkelere kayması küresel bazda fon akışlarında da kaymalara neden olacaktır. ABD 10 yıllık tahvil faizlerinin son dönemde hızlanması ve 2017 Mart ayı seviyelerine gelmesi çıkışların oluştuğunu gösteriyor. Sterlin, Euro, Yen gibi gelişmiş ülke para birimleri Dolar karşısında ciddi bir güçlenme içerisine girdiler. Bu durumun devam etmesi gelişmekte olan ülke para birimlerine fon girişlerini daha da destekleyecektir.

Özetle, 2018 dengelerin değişebileceği bir yıl olmaya aday gibi görünüyor. ABD Doları bu yıl zayıf bir tablo çizmeye devam edebilir. Bu yıl, önümüzdeki yılları kapsayacak nitelikte oyun değiştirici gelişmeler yaşanması muhtemel.



BEREKET DÖNER CEO'SU MUHAMMET NEZİF EMEK

TÜRK DÖNERİNİ DÜNYAYA TAŞIYORUZ!

{ Geleneksel Türk yemeği olan döneri birçok ülkenin sahiplenmeye başladığını belirten Bereket Döner CEO'su Muhammet Nezif Emek, buna karşılık Bereket Döner'in yeni dönemde misyonunu yeniden tanımlayıp Türk Döneri'nin dünyadaki sözcüsü ve savunucusu olarak Türk dönerini dünyaya taşıyan marka olmayı hedeflediklerini vurguladı.

Önüne koyduğu 2015-2019 iş planındaki agresif büyüme hedefleriyle dikkat çeken, döner sektörünün lider oyuncusu Bereket Döner, yurtiçinde gösterdiği büyüme performansını dünyada da göstermek istiyor ve yeni dönem hedeflerini de buna göre belirliyor. 2019 yılında 500 milyon TL ciroya ulaşarak Türkiye'nin ilk 500 sanayi kuruluşu arasında yer almayı istediklerini, bu yönde ciddi ivme kazandıklarını ifade eden Bereket Döner CEO'su Muhammet Nezif Emek ile yurtiçi ve yurtdışı hedeflerini konuştuk.

2017 Bereket Döner özelinde nasıl bir yıl oldu? Hem yatırımlar, hem yurt dışına açılma ve hem de markalaşma anlamında...

2014 yılında 2015-2019 iş planını yaparak yola koyulduk. Biz Bereket Döner olarak bu dönemi agresif büyüme dönemi olarak belirledik. Bu bağlamda agresif büyüme planımızın ilk yılı olan 2015'i yüzde 40'ın üzerinde, ciddi bir büyüme ile kapattık. 2016'da yüzde 20'nin üzerinde, 2017'de ise tutar bazında yüzde 50 bir büyüme gerçekleştirdik. Bütçenin bile yüzde 10 üstüne çıkmayı başardık. Bu sene yüzde 30'un üzerinde bir büyüme bütçeliyoruz. 2019'da artık hayalini

kurduğumuz
300 mağazalı
500 milyon

TL cirolu Türkiye'nin sanayi devlerinin yer aldığı İSO ilk 500'de yer alan bir firma olarak faaliyetimizi sürdürmek istiyoruz.

2017'de özellikle yılın ilk yarısındaki besi ve et fiyat politikalarındaki yaşanan genel sorunlar ve rekabet sorunları yüzünden maalesef karlılıkta istediğimize ulaşmamızı zorlaştırdı. Hatta ilk 6 ay kar edemedik bile denebilir. Ama biz bunun geçici bir süreç olduğunu ülkemizin, hükümetimizin bunlarla ilgili tedbir alacağını öngörerek ve motivasyonumuzu hiç bozmadan durmadan mücadeleye devam ettik, satışlarımızı artırmaya çalıştık. Tüm bu olumsuz piyasa koşullarına rağmen hem ilk yarıda bir gerileme olmadı hem de yılı çok büyük büyümeyle kapatmayı başardık. Kar kaybımızı da ikinci yarıda telafi ederek istediğimiz büyüklükte olmasa da tatmin edici bir noktaya ulaştık. Ciro bazında bakacak olursak oldukça tatmin edici bir büyümeyle yılı kapattık diyebiliriz. Bunun yanı sıra 43 yeni restoran açtık. Çiftliğimizin kuruluşunu gerçekleştirdik. Bunun



dışında Niksar'daki süt ürünleri fabrikamızda kapasite artırımını yaptık ve yeni dönem hedeflerimizde bu kapasiteyi daha da büyütmek var. Ayrıca Hadımköy'deki fabrikamızda da sonradan eklenen 3 katın yerleşimini tamamlayarak üretim ve depolama kapasitemizi artırdık.

Bundan ayrı olarak mimarlık faaliyetini bünyemizde ancak bağımsız ve profesyonel bir şirket üzerinden sürdürmek adına Proje Mimarlık A.Ş.'yi kurduk ve 1 Ocak itibariye faaliyete başlattık. Ayrıca yapılanma sürecimize yeni bir soluk getirerek bize ait olan 9 restoranımızı yönetecek tamamen bağımsız Beser A.Ş.'yi kurduk. Böylelikle Niksar Süt, Bereket Hayvancılık, Bereket Döner, Proje Mimarlık A.Ş. ve Beser A.Ş. olarak 2018 yılına Bereket Döner çatı markasına ait 5 şirketle başladık. 2017 yılını 200 milyon eşliğinde bir ciroyla kapattık. 2018'i 300 milyon ciroyla kapatmayı hedefleyerek bu yıla başladık. İnşallah 2018 yılında bu hedefi gerçekleştirerek şube sayımızı da 150'nin çok üzerine çıkartacağız. Bu süreçte yurt dışında da en az 10 şubeyi açmış olarak yılı tamamlamak istiyoruz. Tabii, bunu yaparken hayvancılıkta kapasite hedefimiz olan

5 bin hayvana ulaşmayı da yakın tarih hedeflerimize alarak yoğun bir çalışma temposu içerisinde yolumuza devam ediyoruz.

Şu an hayvan sayısı nedir?

Toplamda 5000 baş kapasiteye ulaşan bir çiftlik kurduk, şu anda 500 baş dana ile besicilik faaliyetlerimize ilk adımımızı attık. Bu kapasite hedeflerine ulaşmayı 3 aşama halinde planladık. Başlangıç sayısı olarak kapasiteyi bu şekilde kullanıyor olma nedenimiz hayvan ve et kalitesini görüp ona göre devam ederek süreci daha verimli ve doğru yönetmek aslında. Kesimlerin sonuçları istediğimiz gibi olduğunda hemen 1000'er hayvan daha ekleyerek yılı 5 bin hayvan kapasiteye ulaşmış olarak kapatacağız.

Besicilikte nihai hedefiniz ne?

Aslında bizim hayvancılık tarafında 25 yıllık projeksiyonumuz var. 25 yılın sonunda Bereket Döner, kendi damızlıklarıyla, kendi tarlalarındaki otu kendi fabrikasında yeme, üç ayrı lokasyon da kendi çiftliklerindeki ellibin hayvanı yetiştirip onu dönere



dönüştürecek tam bir entegrasyonu hedefliyor. Bu arada süt ürünlerini de tamamlayıcı olarak koyduk. 2018 yılında bunun birinci aşamasında ilk çiftliğimizi tam kapasiteye getirmek istiyoruz. Daha sonra biri Trakya'da, biri Balıkesir veya Afyon bölgesinde olabilecek 2 çiftlik daha planlıyoruz. Bu arada ot, yem ve damızlık tarafında da çalışmalar yapacağız. Bu çalışmaların öncesinde 3 yıllık ciddi bir Ar-Ge var. Bu konuda Türkiye'de bildiğimiz kadarıyla bir ilki denedik. Amerika Teksas ve bazı Avrupa ülkelerinde bulunan açık besi sistemini uyguladık. Bizim çiftliğimizde sadece çevre duvarı var. Hayvanın konforunun, beslenme ve kilo alma neticelerinin en yüksek olduğu bir besi çiftliği kurduk. Çiftliğimizin bulunduğu Niksar bölgesi Teksas'a çok benziyor, nem yok ve soğuk kadar şiddetli değil. Bu çiftliğimizle birlikte dönercilikte öncü olduğumuz gibi besicilikte de sektöre öncü olmak istiyoruz. Çünkü biz besiciliğin yaygınlaşmasını, gelişmesini istiyoruz. Türkiye'de sermaye yetersizliği nedeniyle birçok başarısız örnek görüyoruz. Burada sermayenin büyük bölümünün hayvan alımına ayrılması çok önemli. Bu başarılırsa besicilik gelişir ve ülkemizin hayvan sorunu çözülür. Biz de bu alanda Türk dönerinin dünyadaki

sözcüsü, savunucusu misyonumuzla büyük motivasyona sahibiz.

Yurt dışı demişken, Suudi Arabistan'a ayrı bir önem veriyorsunuz gördüğümüz kadarıyla. Konu hakkında bilgi verir misiniz?

Suudi Arabistan'a giderken mobil satış duraklarından başlayarak gittik. İnovasyon yaptık ve mobil satış istasyonları konseptinde Bereket Döner Durakları yaptık. Bu projemizle kayıt dışı satışın önüne geçmek istedik. Seyyar, vergi ödemeyen, hijyen şartlarını sağlayamayan modellerin karşısında Bereket Döner Durak olarak biz çıkalım dedik. Ama maalesef ülkemizde mevzuat karmaşası nedeni ile yaygınlaşma konusunda oldukça olumsuz ve zorlaştırıcı koşullarla karşı karşıya kaldık. Ruhsat alamadık, geçici ruhsatla devam ettik; şu anda 3-4 tane durağımızın yerini değiştirdik, 3-4 durağımızı da kapatmak zorunda kaldık. Halbuki biz ülkemize değer katan, sağlıklı beslenmeye her alanda imkan sağlayan, gıda terörünün ve gayri resmi ticarete karşı koyan güvenilir, markalı ticaret yapan bir sistem kurmuştuk.

Dünyada mobil satış almış başını gitmiş. En son bizim paylaştığımız istatistikte 2.7 milyar dolar mobil satış var dünyada. Ama biz hala bürokratik engellerle bu konseptin hayata geçirilmesini önlüyoruz. Böyle olunca





rotayı yurt dışına çevirdik. Suudi Arabistan'a birini yolladık. Riyad'da bugün toplamda 120 durak için görüştüğümüz kuruluşlar var. Aynı şekilde Avrupa'da, Amerika'da; Afrika'da talepler var. Bunun devamında biz Suudi Arabistan'da 2 master franchisemizle 3 bölge için anlaşma yaptık ve bu grupla 75 şubenin sözleşmesini imzaladık. 15 Ocak'ta Taif 'te bölgedeki ilk şubemizi açtık. Yine Riyad'da durağımızı yakın tarihte açıyoruz. Daha sonra Riyad, Medine, Cidde ya da Mekke'de olmak üzere diğer şehirlerde açılacak şubelerimiz var. 2018 yılında Suudi Arabistan başta olmak üzere yurt dışında şubeleşmeyi hızlandırıp 10 şubeye ulaşmayı hedefliyoruz. Pakistan'da yine bir anlaşmamız prensipte tamamlandı. Niyet anlaşması yapıldı; süreçler mart ayına kadar tamamlanması halinde Pakistan'da 1 veya 2

şube açmış olacağız. Yine orada 20 şubelik bir sözleşme üzerinde çalışmaya devam ediyoruz.

İran pazarına nasıl bakıyorsunuz?

İran'a döner gönderme sorunumuz olduğu için istediğimiz hızla büyüemiyoruz. İran'a işlenmiş et ithalatı direk olarak yasak. Bu nedenle henüz bu ülkeye giremedik. Orada et üreticisi bir grup ortaklık teklifinde bulundu ama konu ile ilgili halen görüşmelerimiz devam etmektedir.

Amerika'da bir ara gündeminizdeydi...

Evet. Gittik, araştırdık; bizim için muhteşem bir pazar, muhteşem bir fırsat. Oraya gideceğiz. Nihai hedefimiz o. Ama döner gönderemediğimiz için ABD'de tesis





kurmamız lazım. O da ciddi bir hazırlık gerektiriyor. Şöyle bir güzergah çizdik diyebiliriz: Önce Ortadoğu, Kuzey Afrika, daha sonra Avrupa; o bölgelerde başardıktan sonra Amerika en büyük pazarımız olacak.

Avrupa Birliği'nde son dönemde dönerdeki fosfatın yasaklanması yönünde bir tartışma oldu. Bu tartışmayı nasıl yorumluyorsunuz?

Burada sanki fosfat hazır dönerin olmazsa olmazı gibi sunuluyor. Ama geleneksel dönerde fosfat yok. Fosfat, kıymada parçaların birbirlerini tutmasını sağlayan bir katkı maddesi. Aslında sağlığa zararı kanıtlanmamış, helal belgelerinin onayladığı bir ürün. Yani temiz, sağlıklı bir gıda tutucusu diyelim. Sadece et değil birçok gıdada kullanılan bir katkı maddesi. Avrupa Birliği içindeki tartışmanın fosfata mı yoksa dönere mi yönelik olduğu belirsiz. Eğer bu hareket dönere karşıysa başarılı olamayacaklarını söyleyebilirim. Almanya'da 20 binden fazla dönerci dükkanı var, Fransa'da 10 binden fazla döner büfesi var. Bütün Avrupa'da dönerci restoranlarının sayısı 50 bini aşmış durumda. Böyle büyük bir ticareti olan, böyle büyük bir nüfusu besleyen bir kaynağı durdurma şanslarının olduğunu ben düşünmüyorum. Zaten konu ile ilgili son atılan geri adımlar da bunun göstergesi.

Bir de 'orijinal dönerde kıyma olmalı mı?' tartışması hala devam ediyor...

Dönerin gelişimine baktığımızda ilk ortaya çıkan ürün cağ kebabı gibi hep kıymasızdı. Zaten kıyma o dönemlerde yok. Kıyma daha sonra bir inovasyon gibi ortaya çıkıyor. Kıymanın kötü bir ürün olarak sunulması doğru değil. Ancak hiçbir riski yok da denemez. Ancak uygun koşullarda hazırlanmış ve saklanmış bir kıyma için olumsuz bir şey denemez. Bugün meşhur Bursa İskenderi yüzde 100 kıymadan yapılıyor. Biz Bereket Döner olarak yüzde yüz yaprak, yüzde 80 yaprak yüzde 20 kıyma, yüzde 60 yaprak yüzde 40 kıyma olmak üzere müşterinin talep ve tercihinine göre döner yapıyoruz. Ben şahsi olarak söylüyorum, yüzde 20 oranında kıymanın döneri yumuşattığı, yapısını düzleştirdiği ve lezzetine olumlu yönde çok da katkısı olduğunu düşünüyorum. Yüzde 20 kıymalı dönerin daha çok taraftarıyım.

İşlem görmüş gıda ürünlerinin şoklanarak satış noktalarında tüketiciyle buluşması konusunda görüş ve düşünceleriniz nedir?

Ben gıda mühendisi değilim. O alanda yorum yapmam uygun olmayabilir ama bir döner işletmecisi olarak şunu söyleyeyim: Bir kere bir şeyin kanserojen olması içindikilerle ilgili midir yoksa donmasıyla ilgili midir? Öncelikle bunu anlamak lazım. Biz evimizde de yemediğimiz yemeği buzdolabında saklayıp daha sonra tekrar yiyebiliyoruz. Diğer taraftan taze döner ocağa takılırken merkezinde bir ısı var. Bir de ocak yandıkça bu merkezdeki ısıyı artırdığı için oradaki çiğ bölümde mikrobiyolojik üreme başlar ve dönerde bakteri oluşur. Dolayısıyla taze döner pişerken merkezdeki bakteri yükü artar ve sağlıklı bir ürüne dönüşme riski var. Ama bizim hazır döner dediğimiz donuk dönerde bu risk yok. Çünkü merkez ısısı -18 derece, pişerken de halen merkez kısmı soğuk kalıyor. Dolayısıyla merkezde mikrobiyolojik üreme olmuyor. Bu anlamda donuk dönerle taze döneri karşılaştırmanın da bir anlamı olduğunu düşünmüyorum. Kesinlikle donuk döner daha güvenlidir diyebiliriz.

Bereket Döner dünyada markalaşırken diğer taraftan Türk dönerini ön plana çıkaracak çalışmalarınız olacak mı?

Döner geleneksel bir Türk yemeği. Ve şu anda dünyada en gözde gıda ürünü. Öyle ki bir Amerikan fast food zinciri Amerika'nın belli bir bölgesinde dilim et yerine döner kullanmaya başladı. Almanya'da endüstriyel döneri, hazır döneri tanıtan Türklere. Araplar döner kelimesinin karşılığı olarak şavarma diyorlar, Yunanlılar, Yunanca dönmek fiilinden gyros

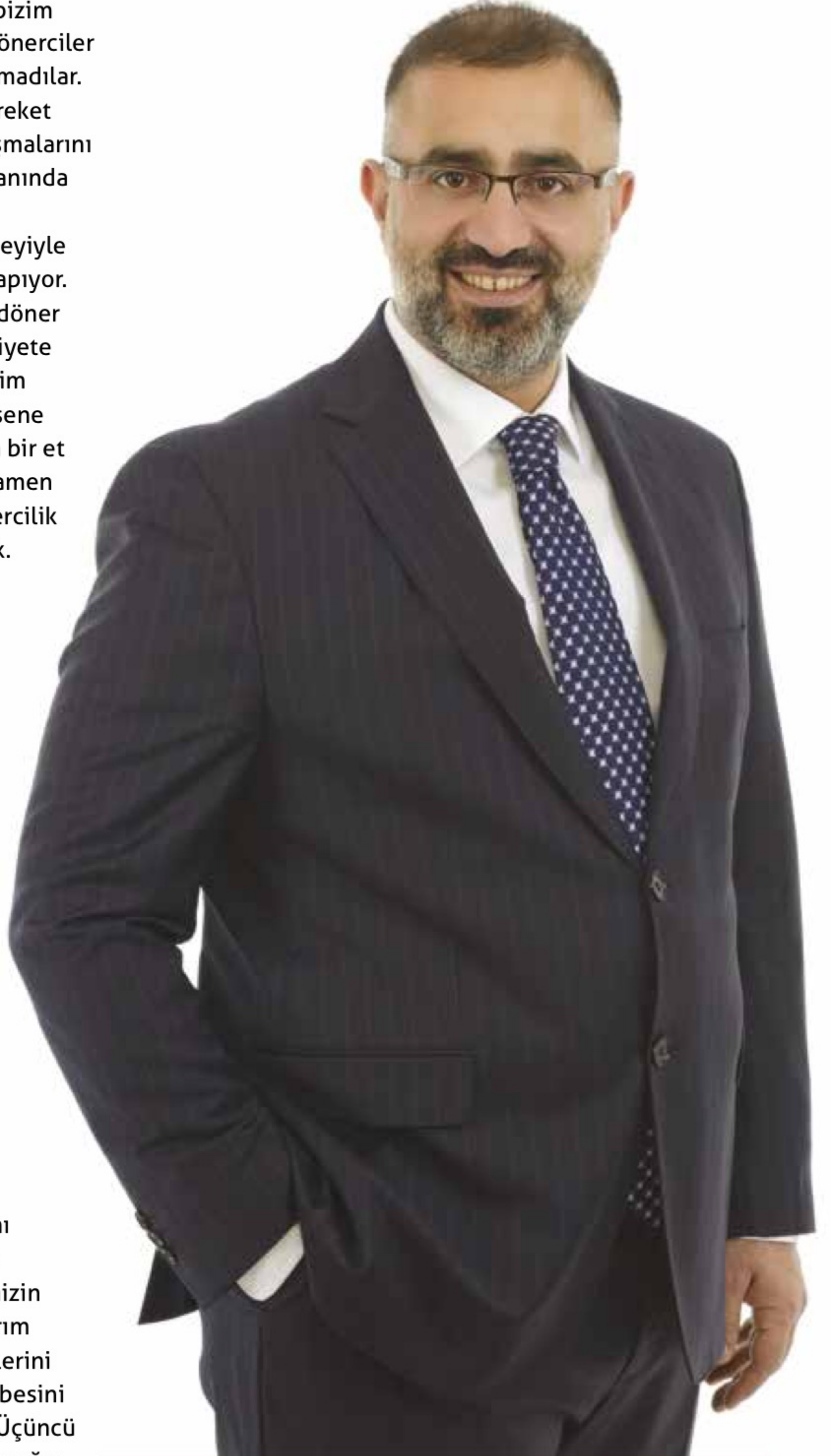
diyor, şimdi Amerikalılar taco demeye başladı. Yani döneri herkes sahiplenmeye başladı. Böyle olunca biz de misyonumuzu yeniden tanımlayarak. Türk Dönerinin dünyadaki sözcüsü ve savunucusu olarak "Türk dönerini dünyaya taşıyoruz." dedik. Bunun hakkını verebilmek için ne yapıyoruz? Biz Japonya'dan Amerika'ya, Avrupa'dan Afrika'ya ve Ortadoğu'ya hemen her yere yetiştirilmiş usta gönderdik. Örneğin; şu anda Japonya'daki meşhur dönercilerin bazıları bizim tedrisatımızda yetişmiştir. Daha birçok ülkede bizim yetiştirdiğimiz dönerciler var. Gönderdiğimiz dönerciler de geleneksel dönerciliği devam ettirdiler, bozmadılar. Bu çalışmalarımızı kurumsallaştırmak adına Bereket Döner Akademi'yi kurduk. Akademi eğitim çalışmalarını daha büyük boyutta yapmaya başladı. Bunun yanında Bereket Döner dünyaya dönercilik konusunda danışmanlık hizmeti sunuyor. Almanya'da her şeyiyle bizim imzamız taşıyan bir işletme dönercilik yapıyor. Bulgaristan'da bizim katkılarımızla kurulan bir döner işletmesi var. Geçen yıl Suudi Arabistan'da faaliyete aldığımız bir fabrika ve döner restoranı var; bizim ekiplerimiz orada çalışmaya devam ediyor. Bu sene tamamlayacağımız Tunus projemiz var. Şu anda bir et tesisi ve restoran zinciri olan bir kuruluşla tamamen Bereket Döner know-how 'ıyla geleneksel dönercilik yapmak üzere franchising sözleşmesi imzaladık. Bizim eğitimimizden geçiyorlar. Biz dünyanın her yerine know-how aktarımı yapıyor ve Türk dönerini yaymaya devam ediyoruz.

Son zamanlarda bayilerinize yönelik agresif bir pazarlamayla dillendirilmeye başladınız. Bu konuda neler söylemek istersiniz?

Biz franchising sistemini tersine döndürdük. Bereket Döner tüm yol haritası boyunca hep ezber bozan işler yapmaya çalıştı. Franchise modellerinde franchise alanlardan bir lisans bedeli, royalty ve reklam katkı payı alınır. Bu bedelleri almayanlar da var. Biz girişteki lisans bedeli dışında sadece reklam katkı payı alıyorduk. O da cironun yüzde 1'i idi. 2017'de de bunu aldık. Biz bu tutarın 5 katı bir bütçe koyarak ciddi reklam harcaması yaptık. Bu para bizim gelirimiz olmadı. Biz 2018 yılında bayilerimizden reklam katkı payını almayacağız. Reklamı harcamalarının tamamını kendi bütçemizden yapacağız. Çünkü bayilerimizin 2018'de daha motive olmalarını, daha çok yatırım yapmalarını ve sonucunda daha fazla kar etmelerini istiyoruz. Tabii bununla bitmiyor; bu sene 2. Şubelerini açanlara açılıştaki döneri biz hediye edeceğiz. Üçüncü şubelerini açanlardan da franchise bedeli almayacağız.

Peki, şubeleşmede hedefinizin neresindesiniz?

Biz 2019 yılını 300 şubeyle kapatmak istiyoruz. Şu an 125 şubemiz var. 300 şube derken de 300'ün hepsi açılmış olmasa bile hepsinin sözleşmesinin yapılmış olması şartını koyduk. Haliyle bu sene 150 ile 200 bandında bir hedefe ulaşalım, 2019 yılında da açılmış ve sözleşmesi yapılmış olan 300'e çok rahat ulaşırız diye öngörüyoruz.





GÖKÇELİK YÖNETİM KURULU BAŞKANI YALÇIN ARAS

YENİ FABRİKAMIZLA BİRLİKTE ENDÜSTRİ 4.0'A İLK ADIMI ATTIK!

{ Dördüncü fabrika yatırımla beraber Endüstri 4.0'a ilk adımı attıklarını ifade eden Gökçelik Yönetim Kurulu Başkanı Yalçın Aras, yeni fabrika ile birlikte hem pazar paylarını hem de ihracat hacimlerini arttırmayı hedeflediklerini belirtti.

Raf ve sergileme üniteleri üretmek üzere 1976 yılında kurulan Gökçelik, Bursa Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan dört fabrikada üretim yapıyor. Geçtiğimiz Eylül ayında açılışını yaptığı, toplam 50 milyon TL tutarındaki yatırımı kapsayan yeni fabrikası ile birlikte depo sistemleri üretimini seri hale getiren Gökçelik'in hedeflerini Yönetim Kurulu Başkanı Yalçın Aras ile konuştuk.

Kuruluşundan bugüne Gökçelik'in gelişimini özetler misiniz?

Gökçelik, 1976 yılında raf ve sergileme üniteleri üretmek üzere kurmuş bir şirket. 1976 yılından 2018 yılına kadar kesintisiz getirmeye başarabildik.

Gökçelik'in kuruluş felsefesi ve amacı ülkemizde üretilmeyen raf sistemlerini üretilip ülkemizdeki kullanıcıların hizmetine sunmak ve bu alandaki ithalatı kesmektir. Meslek lisesinden yetişmem sebebiyle ülke ekonomisine katkı yapmak düşüncesiyle işlerimi geliştirdim. Perakende sektörü ilgimizi en çok çeken sektördü ama başlarda küçük bakkallara, oto yedek parçacılarına, Devlet Malzeme Ofisi'ne hizmet verdik. Daha sonraki yıllarda artan nüfus ve gelişen ekonomiyle birlikte perakende sektörü bir ivme gösterdi. Biz de piyasa ihtiyaçları doğrultusunda kendimizi geliştirdik. Bugün süpermarketlerden alışveriş merkezlerine kadar birçok perakende noktasında ürünlerimiz bulunuyor. Onun dışında lojistik sektörünün ve fabrikaların ihtiyaç

duyduğu büyük raf sistemlerini de üretiyoruz. 1990'lı yılların başında ihracatla tanışan bir şirketiz. Bugün 4 fabrikasında ileri teknolojiye sahip seri üretim yapan entegre hatları, özel ve esnek üretime uygun geniş makine parkuru ve boya tesisleri ile çevreye duyarlı üretim yapan bir kuruluştur.

Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

Dünya çapında 50'den fazla ülkeye ihracatımız var. Bazı ülkelere zaman zaman, bazılarına da proje bazlı ürün gönderiyoruz. Kuzey Amerika'dan Güney Amerika'ya, Asya'ya kadar dünyanın her tarafına ürünlerimiz gidiyor.

Üretiminizin ne kadarı ihracata gidiyor?

Geçen seneye kadar bu oran yüzde 50'ydı. Geçen sene iç piyasada yaşanan gelişmeler sonucunda bu oran yüzde 65'e yükseldi. İlk kez iç ticaret-dış ticaret dengemiz iç ticaret aleyhine değişmiş oldu.

İstihdam politikanız nedir peki bugün?

Bugün Gökçelik'te 200'e yakın personel çalıştırmaktayız. Dört ayrı üretim sahamız var, bu üretim sahalarımızın hepsi Bursa Nilüfer Organize Sanayi Bölgesi'nde. Ayrıca İstanbul ve İzmir'de satış ofislerimiz ve çalışanlarımız var.

Türkiye olarak son dönemde endüstri 4.0 kavramını çokça konuşuyoruz. Daha önce 3'ü kaçırdık, 4'ü kaçırmayalım diyoruz... Üniversitelerimizin çalışmalarıyla, ülkemizi yönetenlerin bakış açılarıyla, sanayicilerin yaklaşımlarıyla birlikte Türkiye'yi nasıl yorumluyorsunuz bu manada?

Endüstri çarkının içerisinde üniversite çarkının, yönetim çarkının, sistem çarkının ve insan kaynakları çarkının da eklenmesi gerekiyor. Burada tek başına ne sanayi ne üniversite ne devlet bir şey başaramaz. Geçmiş

dönemde kullandığımız nano teknoloji kavramı endüstri 4.0'ın nüvesini oluşturdu, daha sonra inovasyon denildi, şimdi de endüstri 4.0 deniliyor. Geçmiş dönemde trenlerin birçoğunu kaçırdık. Ama gelinen noktada teknoloji ve iletişimde çok hızlı olduğumuz için çok rahat bir şekilde endüstri 4.0'ı ve teknolojinin gereklerini yakalayabiliriz diye düşünüyorum. Bilgiye ulaşmak tek başına bir şeyi çözmez. Bence bilgiyi hayata geçirmek ve ekonomiye kazandırmak gerekiyor. Bu da en başta üniversitelerimizin ve sanayinin işbirliğinde ve bunları destekleyecek yasaların oluşmasıyla hız kazanacaktır diye düşünüyorum.

Bursa kendisini endüstri 4.0'a nasıl hazırlıyor?

Bursa, otomotiv sektörünün ve teknolojinin yoğun olduğu bir kent. Bursa'da uzun yıllar yaşayan, sanayinin içerisinde birisi olarak Bursa'da teknoloji en ileri seviyede diyebilirim. Yetişmiş bir işgücü ve insan kaynağı mevcut. Özellikle otomotiv yan sanayisinden dolayı disipline edilmiş bir çalışma ve iş ahlakına sahip Bursa şehri. Özellikle son zamanlarda Ar-Ge ve inovasyona devlet desteği verilmesi suretiyle birtakım buluşlar hayata geçmeye başladı. Ancak buluşlar kısa sürede çıkmıyor. En kısa süreç 25 sene alıyor. Ama bir şeye başlamak çok önemlidir. Bu başlayan nüvelerin ileride patlama göstereceği düşüncesindeyim. Bursa ve diğer şehirlerimiz de buna paralel olarak gelişim gösterecektir. Fakat bütün bunları yapacağız diye çevreyi, tabiatı bir kenara itmememiz gerekmektedir.

Son yıllarda uygulamaya konan Ar-Ge teşviklerini nasıl değerlendiriyorsunuz. Siz şirket bazında Ar-Ge teşviklerinden ne kadar yararlanıyorsunuz?

Bunca yıllık sanayici olarak ben Ar-Ge'nin kavramını, nasıl oluşturulacağını, bilimin nasıl hayata geçirileceğini doğru anladığımızı söyleyemem. Pratikte Ar-Ge'yi





gerçekleştiremeyen birçok firma var. Biz de Ar-Ge çalışmalarımızdan sonra anladık ki bizim gibi firmaların Ar-Ge'den çok tasarıma ihtiyacı var. Bunun üzerine bir tasarım ekibi kurduk. Bu ekibi kendi şahsımıza münhasır bir iş yapımız olduğu için oluşturduk. Önceki Ar-Ge çalışmalarını tasarım ekibimizin bir yıldır sürdürdüğü çalışmaların üstüne ekleyerek devam ediyoruz süratli bir şekilde. Ancak bunun meyvesini 4-5 yıl sonra alacağız. Daha önce Ar-Ge ve tasarım çalışmaları bu denli önemli değildi. Çünkü iç talep sonucu tüm üretim iç piyasaya satılabiliyordu. Üretilen malın satıldığını gören sanayici de Ar-Ge'ye çok fazla kafa yormuyordu. Ama artık Ar-Ge sanayi üretimi için çağın gereğidir. Biz Ar-Ge ve inovasyona çok ciddi paralar harcıyoruz.

Ar-Ge ve inovasyon konusunda üniversitelerin çalışmalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Burada üniversite ile birlikte çok iyi niyetli çalışmalar yaptık. Yeşil Proje adlı bir proje gerçekleştirdik

bundan 3-4 yıl önce. Geçmişte başka projeler de yapıldı üniversiteler ile birlikte. Fakat üniversite ile sanayi her zaman farklı düşünüyor. Gerçekten de bu işe kafa yormuş, elini taşın altına sokmuş biri olarak ulaştığım sonuç şu: Üniversitelerdeki düşünce bilgimi bedava satmayayım, sanayideki düşünce paramı kaptırmayayım. Bu birinci sorun. İkinci olarak üniversite talebesinin pratik eğitimi alması gerektiğine inanıyorum. YÖK Yasası değiştirilerek özellikle mühendislik alanlarında eğitim gören öğrencilerin en az 2 yılını işletmeler içerisinde geçirmesi ve bu iki yılın eğitim süresinden sayılması sağlanmalıdır diye düşünüyorum. Aksi takdirde üniversite talebesinin yapmış olduğu kısa staj dönemleri yasak savmadan öteye gitmeyecektir. Bunu hem NOSAB'da (Nilüfer Organize Sanayi Bölgesi) hem BUSİAD'da (Bursa Sanayicileri ve İşadamları Derneği) hem de birçok dernek ve organize sanayi bölgeleri çatısı altında elimizden geldiği kadar anlatmaya çalıştık. Bu değişiklik yapılırsa eğitim kurumları sanayi içerisine dahil edilmiş olur.

Organize sanayi bölgelerinin gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

2000 yılında organize sanayi bölgeleri yasası çıktı. Bu yasa çerçevesinde Türkiye'deki organize sanayi bölgeleri özerkleşti. Türkiye'deki organize sanayi bölgeleri yasa çıktıktan sonra çok hızlı bir gelişim gösterdi. Bugün Türkiye'deki sanayinin kalbi organize sanayi bölgelerinde atıyor. Daha disiplinli, çevreye daha duyarlı, kayıtlı bir şekilde sanayici kendi sorununu kendisi demokratik yollarla çözümleyebiliyor. Devlet burada sadece denetçi konumunda. Bu da zaten sanayicinin istediği bir durum.

Gökçelik'in 2018 planlarında neler var?

Dördüncü fabrika yatırımla beraber Endüstri 4.0'a ilk adımı attık. Toplam 50 milyon TL tutarındaki yatırımı kapsayan yeni fabrikamız ile depo sistemleri üretimini seri hale getirirken, pazar payı ve ihracatımızı da arttırmayı hedefliyoruz. Gelecek yıllarda bu sistemi daha da ileri seviyelere götürmek istiyoruz. Şu anda ahşap ve metal raf sistemleri üretimimiz, market ekipmanları üretimimiz var. Yine şu anda üniversite işbirliği ile elektronik ticarete kullanılabilecek yazılım sistemi ve bu sistemin alt yapısını oluşturma çalışmalarımız var. Bu sistemde kullanılabilecek aletlerin prototipini yaptık, çok kısa sürede bunun seri üretimini planlıyoruz. Önümüzdeki dönemde elektronik ticaretle ilgili fuar organizasyonlarına katılmayı hedefliyoruz. Ahşap ürünlerde daha fazla teknoloji yatırımları planlıyoruz. Ahşap ürünlere ağırlık vererek endüstri haline getirmeye çalışacağız. Bu alanda altyapı oluşturarak vasıfsız insanlara beceri kazandırma çalışmalarımız olacak.



AMA SEVİYORUM ANNEE!

Sizin de sevdiklerinize
armağan edeceğiniz binlerce hediye
LSV Dükkan'da...



online alışverişleriniz için

www.lsvdukkan.com



EFİNANS GENEL MÜDÜRÜ OKAN MURAT DÖNMEZ

E-DÖNÜŞÜMDE FARK YARATIYORUZ!

{ Sektöre giriş yaptıklarından bu yana ilk beşte yer aldıklarını dile getiren eFinans Genel Müdürü Okan Murat Dönmez, Türkiye'nin e-dönüşümünde fark yaratan kuruluşlardan biri olduklarını vurguladı.

Dünyada olduğu Türkiye'de de bir e-dönüşüm yaşıyor. Bunun ilk adımları e-Fatura ile atılırken bugün e-İrsaliye, e-Müstahsil Makbuzu ve e-Serbest Meslek Makbuzu da uygulamaya geçti. Bu dönüşümde hizmet veren kuruluşların içinde yer alan eFinans, e-Fatura, e-Defter, e-Arşiv, e-İrsaliye ürünleri yanında KEP(Kayıtlı Elektronik Posta), İhracat faturası ve Tax-free ürünleriyle de fark yaratıyor. e-Fatura kullanımını teşvik etmek amacıyla kurduğu eFinans Portal Basic kanalıyla birçok katma değerli hizmeti müşterilerine ücretsiz sunan eFinans'ın faaliyetlerini ve hedeflerini Genel Müdürü Okan Murat Dönmez ile konuştuk.

eFinans'ın kuruluşundan özetle bahsedebilir misiniz?

eFinans bir QNB Finansbank ve Cybersoft iştiraki. eFinans'ı kuran ekip de bankacı kökenli. Çekirdek ekibimiz e-faturayı bankacılığın temeli olarak görüyordu. E-faturada ilk tebliğ ile beraber bankacı tarafı olarak hizmet verme kararı aldık. Gelir İdaresi Başkanlığı e-Fatura hizmeti verecek özel entegratörlerle ilgili düzenlemeyi getirince start verdik. Ama baktık ki özel entegratörlük bankacılığın dışında bir iş. Bunu banka içinde bir departman olarak yaptığımız zaman

teknoloji temelli bu pazarda rekabet edemeyeceğimizi gördük. Bunun üzerine ayrı bir şirket oluşumuna karar verildi. Bu şirket esnek, yüksek kapasiteli ve hızlı tepki veren bir şirket olmalıydı. Bu işi en iyi bilen Cybersoft ile bir ortaklık kurduk. Çağrı merkezi hizmetini dışarıdan satın aldık. Yazılım hizmetini Cybersoft'tan, data center hizmetimizi bankamız QNB Finansbank'tan aldık. Maliyetlerimizi hep minimumda tuttuk. Mali yapımızı ölçeklenebilir yaptık. Bu şekilde başladık eFinans'ta.

Bugün sektörde nasıl bir konumdasınız?

Kurulduğumuz günden beri pazarın ilk 5'i içerisinde yer alıyoruz. En son katılan entegratörlerle beraber sanıyorum 76 tane şirket olduk. E-Fatura mükellefi olan 63 bin şirketin yüzde 73'üne ilk 9 şirket hizmet veriyor. Kalan yüzde 27'yi diğer şirketler paylaşıyor. Ancak bu şirketlere düşen ortalama mükellef sayısı yaklaşık 240. Bu sayılarla ayakta kalmaları zor.

eFinans'ı farklı kılan nedir?

Bizde bir kurumsallık var. Sektöre girdiğimizde kurumsallık ön planda değildi. Birkaç şirket kurumsallaşmış, onun dışındakiler kendi pazarını

yaratmaya çalışmışlar. Yaptığımız anket biz pazara girdiğimizde 1.256 farklı muhasebe yazılımı olduğunu ortaya çıkardı. E-Faturaya geçen şirketler kullandıkları muhasebe yazılımı üzerinden e-faturalarını düzenlemek istiyorlardı. Böyle olunca yazılımda entegrasyon yapmanız gerekiyordu. Biz orada şöyle düşündük: "eFinans bir servis sağlayıcıdır. Bizim kuruluş amacımız e-Fatura üzerine finansal ürünler inşa etmek. Fakat şu an için piyasa ihtiyaçlarını dikkate alarak servis sağlayıcı olma zorunluluğu var. Ama bunu yaparsak kaliteli yapmalıyız." Bu düşünceyle biz bu 1.256 tane yazılımcıya çok iyi teknik destek verdik. Böyle olunca sektörde aranan iş ortağı olduk. Organizasyonumuzu buna göre geliştirdik. Burada eFinans olarak kendi alanının en iyilerini topladığımız bir kadromuz var. Bir ikincisi, bir finansal ürün olarak bankamız QNB Finansbank'ın çıkarttığı e-Kreditin servis sağlayıcılığı yapıyoruz. Bankamız e-Kredit'i farklılaştırdı, buradaki ticarete uygun hale getirmeye çalıştı. Şunu söyleyebilirim: QNB Finansbank ve eFinans bünyesindeki tüm personel bundan 5 sene sonra Türkiye'de 'finansal olarak ne olacağını aşağı yukarı kestirebiliyor. Çünkü deneyimi var. Bizim öngörümüz; önümüzdeki 5 sene içerisinde finansal katma değeri olmayan şirketler bu pazarda olmayacaktır.

Şu anda işin odağında e-Fatura var anladığım kadarıyla...

Biz e-Fatura ile faaliyete başladık. Türkiye'de e-Fatura uygulaması 2010 yılında 397 no.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğine göre isteğe bağlı olarak başladı. Gelir İdaresi Başkanlığı'nın 2013 yılında yayımladığı tebliğ ile yaygınlaşmaya başladı. Daha sonra 2014 yılında belli kriterlere uyan şirketlere e-Fatura ve e-Defter uygulamasına geçme zorunluluğu getirildi. Daha sonra 2015 yılında yeni yayımlanan tebliğ ile ciro kriteri 10 milyona TL'ye indirildi. Böylece e-Fatura mükelleflerinin sayısı 49 bine çıktı. 2017 yılı içinde yaklaşık 5 ila 6 bin yeni mükellef olduğu projekte ediliyor. Bugün itibarıyla Türkiye'de bulunan 1,2 milyon şirketten 63 bininin e-dönüşüme girdiğini söyleyebiliyoruz. Bunun 56 binini zorunlu mükellef diye öngörüyoruz. Geriye kalan 6-7 bin şirket ise gönüllü. Bizim amiral gemimiz de hala e-Fatura.

Son olarak tebliği de yayımlanan e-İrsaliye hakkında bilgi verebilir misiniz?

E-İrsaliye, 17 Aralık tarihli 487 no.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile 1 Ocak 2018 tarihinde uygulamaya başlandı. Aynı tebliğe göre müstahsil makbuzları ve serbest meslek makbuzları da elektronik hale gelecek. Tebliğe göre e-İrsaliye, e-Müstahsil Makbuzu ve e-Serbest Meslek Makbuzu uygulaması zorunlu bir uygulama değil. E-Fatura Uygulamasından yararlanma iznine sahip olan ve e-İrsaliye düzenleyebilme ve iletebilme konusunda gerekli hazırlıklarını tamamlamış olan mükellefler, istemeleri halinde gerekli başvuruları yaparak 1/1/2018 tarihinden itibaren e-İrsaliye uygulamasına dahil olabilecekler.

Mükellefler e-İrsaliye Uygulamasından; başkanlıktan izin almış bizim gibi özel entegratörlerin bilgi işlem sistemleri aracılığıyla, e-Fatura Uygulamasından yararlandıkları yöntemle de yararlanabilecekler. 397 no.lu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği kapsamında Gelir İdaresi Başkanlığından özel entegrasyon izni alan mükellefler, bu tebliğ kapsamında e-İrsaliye düzenleme, bunları elektronik sertifika ile imzalama ve muhataplarına elektronik ortamda iletme ve alma hizmeti verebilecek.

Şimdi e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Müstahsil Makbuzu, e-Fatura, e-Arşiv Faturayla beraber dijital dönüşümün kapsamadığı dekont hariç hiçbir vergisel doküman kalmıyor. Dekont ve gider makbuzu da sisteme girdikten sonra geriye finansal ürünler, talimatlar, temlikler gibi ikinci seviye belgeler kalıyor. Onları da sanıyorum 2020'ye kadar tamamlayacağız.

Artıları olan bir e-dönüşüm yaşıyoruz. Dünyada gelişim nasıl? Türkiye olarak ayak uydurabildik mi bu sürece?

Türkiye'de her zaman olduğu gibi teknolojik işlere dünyadan daha hızlı adapte oluyoruz. Geç başlıyoruz ama hızlı gidiyoruz. Daha önce ufak denemeler başlamış ama tebliğin çıkışı 2010 yılında olmuş. Güney Amerika, Peru, Şili, Brezilya, Arjantin bizden önce başlamışlar. Şu an özellikle Brezilya'da e-fatura işlemlerinde kapsam yüzde 100'e ulaşmış. Bunun dışında İskandinav ülkelerinde yüzde 100'e yakın, Amerika'da düşük bir oran var. Amerika'da vergi takip yöntemleri nedeniyle ihtiyaç görülmemiş. Güney Amerika'daki uygulanma sebebi kayıt dışını kayıt içine almak. Kıta Avrupa'sında da yüzde 40'ın üzerinde. Kıta Avrupası'nın tek bir standardı yok. Burada açıkçası Gelir İdaresi'ni kutlamak istiyorum; Türkiye'nin modeli dünyada tek. Türkiye'de elektronik fatura gönderdiğiniz zaman o faturanın artık doğru fatura olduğunu sorgulamanıza gerek yok, çünkü o artık kayıtlı. Dünyada sistem böyle değil.

2017'yi nasıl kapattınız hedefler bazında? 2018 öngörüleriniz nelerdir?

Kurulduğumuz günden beri her senemiz farklı bir bilgi ve farklı bir tecrübeyle geçti. Her sene hedefleme yapıyoruz. Belki sektörde hedefleme yapan, bütçeleme yapan tek şirket biziz. 2017'de istediğimiz hedeflere ulaştık. 2018'de yeni ürünlerimiz arasına e-Serbest Meslek Makbuzu, e-Müstahsil Makbuzu ve e-İrsaliye girecek. Entegre olduğumuz yazılımları arttırdık: 140'la başlamıştık 2017 yılına, 200 küsur ile kapattık. 2018'de biraz daha farklı bir oyun planımız var. 2018'de e-Fatura'dan başka finansal ürünleri biraz daha fazla aktive edeceğiz. Yine pazarda bir ilki daha gerçekleştirmiş olacağız. Tüm müşterilerimizi e-İrsaliyeye geçirmeyi planlıyoruz. Serbest meslek makbuzları ve müstahsil makbuzları ile ilgili entegrasyon çalışmalarımız da neredeyse tamamlandı. Orada da iş ortaklarımızla beraber yola çıkacağız.



NİLÜFER BELEDİYE BAŞKANI MUSTAFA BOZBEY

AVRUPA ÖDÜLÜ'NÜN DE SAHİBİ OLACAĞIZ!

{ Nilüfer'i Avrupa idealine uygun, yaşanır bir kent haline getirmeye çalıştıklarını, çalışmalarının Avrupa Şeref Bayrağı ile ödüllendirildiğini dile getiren Nilüfer Belediye Başkanı Mustafa Bozbey, çok yakın bir gelecekte daha çok ilerleme kaydederek, Avrupa Ödülü'nün de sahibi olacaklarını ifade etti.

Nilüfer, Bursa'nın yaşam kalitesi açısından önde gelen ilçesi konumunu hala sürdürüyor. Ancak kentsel dönüşümde yaşanan sorunlar henüz tam bir çözüme kavuşturulmuş değil. Bu sıkıntılara rağmen Nilüfer Belediyesi ürettiği projelerle hem Nilüfer halkının yaşam kalitesini artırmaya hem de diğer belediyelere örnek olmaya devam ediyor. Bu çalışmaları son olarak Avrupa Konseyi tarafından verilen Avrupa Şeref Bayrağı ödülü ile taçlandırılan Nilüfer Belediyesinin kentsel dönüşüm politikasını ve çözüm önerilerini Nilüfer Belediye Başkanı Mustafa Bozbey ile konuştuk.

Önemle üzerinde durduğunuz kentsel dönüşüm konusuyla giriş yapalım isterseniz...

Kentsel dönüşümün Türkiye'nin birçok noktasında uygulanması gerekiyor. Kentin çöküntü bölgelerindeki insanlar mutsuz, kentin nimetlerinden faydalanamıyorlar. Bu alanlarda bir dönüşüm yapılıyor. Ancak kentsel dönüşüm insanla başlar insanla biter, arada binaları yenilersiniz. Neden bunu söylüyorum? Çünkü o insanlar orada belli bir süre kalmışlar. Bir komşuluk hukuku oluşturmuşlar, o bölgede bir aidiyet duygusu gelişmiş, belki kültürel olarak kendilerini daha rahat hissediyorlar ama sonuçta bu bölgelerin

yenilenmesi lazım. Yenilenirken de dönüşmesi lazım. İnsanların da buna paralel olarak dönüşmesi lazım. Çünkü dönüşen ve yenilenen alanlarda yaşayacak insanların gelecekte mutlu, huzurlu yaşayabilmeleri adına bir eğitim sürecinden geçmeleri şart. Bunun için meslek örgütlerinin ve akademik kuruluşların çalışma yapması gerekiyor.

Zihinsel dönüşüm de gerekli diyorsunuz öylemi?

Tabii ki... Çöküntü bölgesindeki insanlar belli yaşam kalıplarında, herkesten bağımsız bir hayat yaşıyorlar. Ama apartman hayatına geçtiklerinde daha kurallı ve eskisine göre daha kısıtlı bir yaşama uyum sağlamak zorunda kalacaklar. Çünkü herkesle beraber yaşıyor olacaklar. Eğer bu kişileri yeni yaşam alanlarına hazırlamazsanız ayrı bir travma oluşturunuz. Sonrasında yaşadıkları yerde mutlu olmaz ve orayı terk ederler. Bunların örnekleri var. Bizim amacımız bu hazırlığın yapılmasıdır. Gerçek kentsel dönüşüm böyle olur. Bu yapılmadığı takdirde yapılan bina yenilemekten başka bir şey değildir.

Peki, bu bağlamda Nilüfer’de nasıl bir süreç yaşanıyor?

Şu anda Nilüfer’de uygulanan yenilemedir. Binalar yıkılıyor, imar yoğunlukları artırılıyor ve sonunda binalar yenileniyor. Neye karşı yenileniyor? Depreme karşı. Nilüfer’e bakıyoruz; 15-16 yıllık binalar yıkılıp yenileme yapılıyor. Ama yenisinde 10 daire yerine 20 daire yapılıyor. 50 daireli site yıkılıyor 110 daire yapılıyor. Yüzde yüz artışlarla yoğunluk artırılarak devam ediyor. Bu yoğunluk bir süre sonra alt yapıların değişmesini gerektirecektir. Belediye olarak defalarca uyardık. Ancak dönüşüm parsel bazında yapıldı. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı yoğunluk konusunda

büyükşehirilere olur verdi. Ancak “0.50’ye kadar emsal artışı yapabilirsiniz ancak yapmış olduğunuz yoğunluk artışını en az ada bazında yapmanız lazım, ayrıca artırdığınız yoğunluk kadar kamu alanı ihtiyacını gidermeniz lazım.” dedi. Bursa Büyükşehir Belediyesi bunların hiç birisini yapmadan verilen yetkiye dayalı olarak 0.50 emsal artışıyla parsel bazında dönüşüm yaptı. Kamu alanını artırmadı, yoğunlukları artırdı. Sonuçta hem mülk sahiplerini hem müteahhitleri hem de kamuyu zora soktu. Kenti adeta kilitledi. Yapılan büyük hata, büyük yanlış. Tüm dünyada iyi örneklerde kentin nüfusunu artırmaya değil kentin nüfusunu azaltmaya yönelik projeleri devreye sokuyorlar. Şu anda Nilüfer’de, Osmangazi’de, Yıldırım’da kentin nüfusunu sürekli artırıyoruz. Bugün Bursa’daki trafik İstanbul’dan daha kötü duruma geldi. Onun için biz buna karşı çıktık. “Kenti yaşanmaz hale getireceksiniz ve 2030’dan itibaren Nilüferliler ve Bursalılar Bursa’yı terk edecekler.” dedim. Hem Cumhurbaşkanı’na hem Başbakan’a hem de Bakana mektup yazdım. Bursa Büyükşehir Belediyesi’nin Bakanlıkça verilen yetkiyi de aştığını belirttim. Kenti kirleten bütün işlerin fotoğraflarını ve dökümanlarını gönderdim. Ardından Bakanlık, gereğinin geriye dönük de olmak üzere yapılması yönünde Bursa Büyükşehir Belediyesi’ne yazı gönderdi. Bize bilgi diye geldi, Büyükşehir’e gereğinin yapılması diye geldi. Tabii, sonrasında Büyükşehir Belediye Başkanı görevden ayrıldı. Ancak neticede Büyükşehir Belediyesi vatandaşı ve müteahhidi içinden çıkılmaz bir kuyuya atmış oldu.

Bunun değişmesi lazım ama şu anda sorun büyük. Emsal sorunu var. Şu an halen daha yıkılan, yapımında anlaşılan yerler var. Bunlarla ilgili Büyükşehir Belediyesi hepsiyle anlaşacak, kamu alanları





oluşturacak. Çünkü orada her yaşayanın kamusal alan ihtiyacı ve hakkı var. Burada kamu kaybetmiştir. Benim her zaman söylediğim 3 önerim var: Bir; devletin belirleyeceği bir banka sıfır faizli uzun vadeli kredi verecek. İki; kentsel yenileme ise KDV muafiyeti getirecek. Üç; eğer bir müteahhide yaptırıyorsa ona da vergi indirimi getirecek. Bunların üçü sağlanırsa örneğin; 100 bin liraya ya da 80 bin liraya mal olacak bir dairenin maliyeti 50-60 bin liraya inecektir. O zaman insanlar borçlanırlar. Böylece nüfus artışına yol açılmadan yenilenen yapılar kendi rantını oluşturacak.

Nilüfer Belediyesi, 2016'da Avrupa Konseyi'nden aldığı Avrupa Diploması'nın ardından 2017'de de Avrupa Şeref Bayrağı'na değer görüldü. Bu konuda neler söylemek istersiniz?

Bu ödül, örnek ve lider kent Nilüfer'in bir dünya kenti olduğunu bir kez daha onaylayan, taçlandıran bir ödüldür. Ödül sürecine dâhil olmamızın yalnızca ikinci yılında, Avrupa Şeref Bayrağı'nı ülkemize taşıyor olmak bizler için, büyük bir onurdur, gururdur. Avrupa

Konseyi'nin bu ödülünü 47 ülkeden 30 bini aşkın yerel yönetim arasından sadece 8'i almaya hak kazandı. Ve bu yıl bizimle birlikte yine bu bayrağı kucaklayan, Türkiye'den Karşıyaka Belediyesi'dir ki, bu durum, sosyal demokrat belediyeciliğin de kentlere ne ölçüde katkılar koyduğunun bir göstergesidir. Avrupa idealini gerçekleştirmek ve özellikle yeni nesle, çocuk ve gençlerimize bu duyguyu aşılama bizim görevidir. İnanıyorum ki, Nilüferliler olarak, çok yakın bir gelecekte daha da çok ilerleme kaydederek, Avrupa Ödülü'nün de sahibi olacağız. Kentsel dönüşümde yaşanan sıkıntıları çözersek başvuru öncesinde ödül kriterlerini yerine getirmiş olacağız.

Kentsel dönüşüm de bu kriterler açısından önemli bir yere sahip anlaşılan...

Tabii, yaşanabilir bir kentten bahsediyoruz sonuçta. Sosyal ilişkilerini geliştirmek, kültürel ilişkilerini geliştirmek, vatandaşın hak ve hukukunu korumak, ortak yaşam alanlarını ortaya çıkarıp halkın hizmetine sunmak gibi birçok kriterler var. Bu sene olmazsa gelecek seneye tüm kriterleri yerine getirip büyük ödül için başvuru yapacağız. Şu anda Nilüfer Belediye'si rahatlıkla Avrupa kentidir diyebiliriz. Avrupa Kalite Vakfı'nın da üyesiyiz aynı zamanda. Mükemmellik modelini uygulayan bir kurumuz. Avrupa Birliği ile birçok ortak proje yapıyoruz.

Biz şu anda birçok belediyeye rol model olacak bilgi birikimlerimizi, projelerimizi aktarıyoruz. Hatta büyükşehir belediyelerinin dahi yapmaktan imtina ettiklerini Nilüfer Belediyesi yaptı, halen de yapıyor. Bununla gururlanıyoruz...

İlave olarak söylemek istedikleriniz varsa onları da almak isteriz...

Bizim temel bir hedefimiz var; bu kentte herkesin gülümsemesini istiyoruz, tüm canlıların gülümsemesini istiyoruz. Ve bunun için hiç kimsenin cesaret edemeyeceği projeleri gerçekleştiren bir kurumuz. Bunu iddia ile söylüyoruz.



ÜLKEMİZDE SERACILIK SEKTÖRÜ VE SORUNLARIMIZ



Sera Üreticileri ve Yatırımcıları Birliği Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı gözetilerek ve alternatif enerji kaynaklarından yararlanarak çevre dostu üretim yapan, teknoloji ile tarımı uyumlu kullanan üreticileri bir araya getirmek amaçlı 2007 yılında kurulmuş birlik statüsünde bir dernektir. Profesyonel seracılık diye tanımlanan teknolojik sera yatırımcı ve üreticilerinin bir araya gelerek oluşturdukları ve bugün üstlendiği misyonlar ile doğru yatırımlarla, hedef pazarlara ihracat imkanlarını gerçekleştiren ve kadın istihdam potansiyeline önemli katkılarda bulunan bir sivil toplum kuruluşudur.

Seracılık sektörüne daha geniş bakıldığında; Dünya'da yaklaşık 310.000 hektar sera alanı bulunmakta olup, bu seraların yaklaşık 200.000 hektarı Avrupa ülkelerinde yer almaktadır. Toplam sera alanının % 85'i plastik örtü, % 15'i ise cam seralardır. Dünyada sera alanında Çin, 2 milyon 700 bin hektar ile birinci sırada yer alırken, bu ülkeyi sırasıyla Güney Kore, İspanya ve Japonya izliyor, Türkiye ise beşinci sırada bulunuyor. Ülkemiz modern seralarının %90'ında ise domates yetiştiriciliği yapılmaktadır. Gıda piyasasında arz talep grafiklerinde domatesin standart bir çizgisi vardır. Taze domatese olan talep yıl boyunca istikrarlı bir tüketim trendine sahiptir ve yatırım maliyetlerinin geri dönüşü yönünden de salkım domates üretmek ticari anlamda akılcı bir yoldur. Ülkemizde örtü altı yetiştiriciliği ekolojik koşullara bağımlı olarak gelişme gösterdiğinden, örtü altı alanlarımız özellikle güney kıyılarımızda yoğunlaşmıştır. Isıtmanın bir avantaj olması ile jeotermal enerjinin kullanıldığı bölgelerimiz son 5 yıl içinde seracılığın geliştiği cazibe merkezleri haline gelmiştir. İzmir, Aydın, Manisa, Denizli, Şanlıurfa, Ağrı ve Afyon'da jeotermal enerjiden yararlanarak seracılık sektörü önemli bir ivme kazanmıştır. İklim koşulları, uygun ısıtma giderleri, altyapı, işçilik ve ulaşım avantajlarını göz önüne alarak yer seçimleri yapılmalı. Bu faktörleri göz önüne alarak yatırım imkanları değerlendirilmelidir. Aynı zamanda SERA-BİR olarak, tüm yatırımcılarımıza bu konuda ücretsiz danışmanlık yapan bir kuruluş olmaktan da ayrıca gurur duyuyoruz. Ülkemizde sektörde gelişmenin önünde yatırımcı ve üreticiyi zorlayan nedenler vardır; Sektördeki know-how önemli bir maddi değere dönüştürülebilmektedir. Bu nedenle genellikle paylaşılmamakta ve saklanmaktadır. Bu sektördeki ilerleme hızımızı düşürmektedir.

Üniversitelerde verilen eğitimlerin sadece teoriye yönelik olup, uygulama kısmının yetersiz kalması, örtü altı yetiştiriciliği ile ilgili bölümlerin yetersiz ve sınırlı sayıda olması nedeniyle yeni mezun ziraat mühendislerinde istenen nitelikler bulunmamaktadır. Sera dışında yaşanan rekolte düşüşleri ve artışları, sera firmalarının karlılık oranlarını doğrudan olarak etkilemektedir. Satış fiyatlarındaki sert düşüşlere müdahale edemeyip üreticinin korunamaması en önemli sorunlarımızdandır. Avrupa Birliği'nin kendi iç piyasalarını korumak amacı ile kendi iç üretiminin başladığı dönemde gümrük vergilerini yükseltmesinden dolayı, bu pazarda fiyat rekabeti şansının kaybedilmesi, önemli bir dezavantaj olarak ortaya çıkmaktadır. Donanım konusunda sektörel gelişmeler olmasına rağmen, yeterli düzeyde değildir. Yerli imalatı destekleyecek teknik bilgi konusunda eksiklikler mevcuttur. Yerli üretim yapan firmalar, yabancı firmalarla rekabet edememektedir. Mevcut destekler, üretim girdilerimize uygun ve yeterli durumda değildir. Seracılığın



Sera Yatırımcıları ve Üreticileri Birliği Yönetim Kurulu Üyesi Gaye Neslihan Budaklı

bir çiftçi işletmesinden ziyade tarımın sanayiye uyarlanmış hali olduğu kabul edilip Kanun ve mevzuatlarda ki düzenlemeler bu yönde yapılmalıdır. SERA-BİR ailesi olarak bu sorunların çözüm yolları için yoğun bir mesai ve çaba harcamaktayız.

Türkiye'de seracılık yatırımlarını incelediğimizde; Modern tarım yapan topraksız seralarının kurulum maliyetleri ve üretim maliyetleri yüksektir. Jeotermal yatırımların desteklenmesi ve yeni Pazar çalışmalarının ilgili bakanlıklarla (Tarım, Ekonomi, Kalkınma) birlikte yapılması gerekmektedir. Özellikle ihracatta açıklanan uçak kargo fiyatlarının daha makul seviyelere çekilmesi büyük önem teşkil etmektedir. Tarım Hayvancılık ve Gıda Bakanlığımızın sera yatırımlarına dönük sağladığı hibe ve kredilerin arttırılarak, yatırımcının önündeki bürokratik engellerin ortadan kaldırılması gerekmektedir. Verilen hibe miktarının arttırılması, günümüz şartlarına göre yatırım büyüklüğünün minimum 30 dekardan başlaması optimum faydayı sağlamak konusunda önem arz etmektedir. Rasyonel m2 birim fiyatları baz alınarak, yatırımcılar teşvik edilebilir. Bakanlıklar arasında koordinasyonun sağlanması da yatırımlara ivme kazandıracaktır. Derneğimizin özellikle üzerinde durduğu bir diğer hususta kamuoyunda sera ürünlerinin sağlıklı olduğu yönündeki algıyla mücadelesidir. Değişen ekonomi ve pazarlama desenlerine de bakıldığında taleplerin güvenli gıda üzerine değiştiği bir döneme geçilmiştir. Bitkilerde insan ve hayvan gibi bir, canlı olup, hassas bir yapıya sahiptirler. Olumsuz ortam koşulları ile hastalık ve zararlılar oluşmakta ve buna bağlı olarak ilaçlama yapmak adeta zaruret haline gelmiştir. Tekniğine uygun yapılmayan, havalandırması ve ısıtması yeterli olmayan seralarda oluşan hastalık ve zararlılarla mücadele için kullanılan ilaçlar; insan ve hayvan sağlığının tehdit edilmektedir. Bu olumsuzlukları gidermek veya en aza indirmek için de kimyasal savaşıma alternatif, çağdaş, çevre dostu yöntemlere geçilmekte ve bu yöntemlerin en başında da biyolojik mücadele gelmektedir. Derneğimiz üyelerinin de kullandığı biyolojik mücadele ile üretim gıda güvenliğini sigortalayan bir eylemdir.

Sertifikasyon süreçlerinde ve bakanlık denetimleriyle üretimlerimiz sıkça denetlenmektedir. Hasattan son müşteriye kadar izlenebilir bir politika ile üretimlerimizi sürdürmekteyiz. Konvansiyonel tarımın aksine topraksız tarım metodunda kimyasal kullanımı çok düşük düzeyde ve Bakanlık Kontrolündedir, biyolojik mücadele ve aralı sistem uygulanarak üretilen ürünler ise açık alanda tarlada yetişen ürünlerden çok daha SAĞLIKLI'DIR!

HER 13 DAKİKADA BİR TELEFONA BAKIYORUZ!

Deloitte'un raporuna göre Türkiye'deki mobil kullanıcılar günde ortalama 78 kez, yani her 13 dakikada bir cep telefonu ekranına bakmaktan kendini alamıyor. 2015 yılında günde 70 kez olan bu sayının ciddi yükselişine ek olarak akıllı telefon erişimimiz de %92'ye yükselmiş durumda...



Türkiye'deki kullanıcıların %66'sı telefonlarını gereğinden daha fazla kullandıklarını kabul ediyor ve bu kesimin %50'si mobil telefon kullanım sürelerini sınırlamaya çalıştığını ifade ediyor.

Deloitte tarafından 2011 yılından bu yana yapılan 'Global Mobil Kullanıcı Araştırması' yayınlandı. 6 kıtada gerçekleştirilen araştırmaya Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 33 ülkeden 53 bin 150 kişi katılım gösterdi. Tüketicilere ve bu alanda hizmet veren şirketlere mobil cihaz kullanımının geldiği nokta hakkında önemli veriler sunan araştırma; Cihaz Sahipliği, Cihaz Kullanımı, Erişim Tercihleri ve Teknoloji Farkındalığı olarak 4 ana başlığı ele aldı.

Deloitte Türkiye Teknoloji, Medya ve Telekomünikasyon Endüstrisi Lideri Tolga Yaveroğlu, konuya ilişkin: "Gittikçe dijitalleşen günlük hayatımızı artan bir oranda mobil cihazlarımızla yönetiyoruz. Örneğin sabahları yüzünü bile yıkamadan telefonuna bakanların oranının %28'e yükselmiş olması, mobilite kavramının çok kısa bir zaman içinde bizleri ne kadar etkilediğini kanıtlar nitelikte... Global Mobil Kullanıcı Araştırması ile bu yıl bir kez daha mobil teknolojilerinin hayatımızdaki yerini ve etkilerini yakından inceleme fırsatı bulduk. Hem Türkiye hem de Avrupa verilerinin yer aldığı raporumuzda çeşitli karşılaştırmalara ve gelecek beklentilerine yer verdik" dedi.

Araştırma sonuçlarına göre tablet, bilgisayar, akıllı saat gibi diğer cihazlar ile kıyaslandığında, akıllı telefonların artık vazgeçilmez ürün statüsüne eriştiğini; tüm coğrafya, yaş ve gelir gruplarında benzer oranlarda kullanıldığını görüldü. Türkiye'den araştırmaya katılan 1005 kişinin

%92'si akıllı telefona erişimi olduklarını belirtirken, bu sayı geçtiğimiz araştırmada %86 olarak ortaya çıkmıştı. Akıllı telefonlardaki yadsınamaz yükselişini ise %81'i dizüstü bilgisayar, %63'ü de tablet takip ediyor. 2015 yılı verileri ile karşılaştırıldığında, penetrasyon artışı en fazla akıllı saatlerde yaşanıyor.

Bağımlılık derecesinde cihaz kullanımı!

Araştırma, tüketicilerin bir cihazı kullanırken elde ettikleri fayda arttıkça, o cihazı kullanma sıklığı artıyor ve cihazın daha kısa bir sürede yenilenme ve o cihaz üzerine daha çok harcama yapılma olasılığı da aynı doğrultuda artış gösterdiğini ortaya koyuyor.

Kullanıcıların gün içerisinde akıllı telefonlarına bakma sayısında Türkiye, ortalama 78 defa ile Avrupa ortalamasının (48) 1.5 katını aşıyor. İki sene önce gerçekleştirdiğimiz çalışmanın sonuçlarına göre bu süre 2 dakika kadar azalarak, uyanık kalınan zaman zarfında yaklaşık her 13 dakikada bir telefon ekranına baktığımız anlamına geliyor ki bu durum telefonlarımıza gittikçe daha bağımlı bir hale geldiğimizin de bir göstergesi...

Akıllı telefon bağımlılığında Avrupa'nın önüne geçen Türkiye'de uyandıktan sonraki ilk 15 dakika içerisinde telefona bakma oranı %79 iken, aynı oran Avrupa için %62 seviyesinde gözlemleniyor. Benzer biçimde yatmadan önceki son 15 dakika içerisinde telefona bakma oranı Avrupa'da %53 iken aynı oran Türkiye için %72 seviyelerine ulaşıyor.

Türkiye'deki kullanıcıların %85'i ise uyku için ayrılan zaman içinde bir şekilde telefonlarını kullandıklarını belirtirken, kullanım nedenleri arasında %51 ile saate bakmak, %46' ile sosyal medya bildirimlerini kontrol etmek ve %33 ile anlık mesaj/SMS uygulamalarının kullanılması ilk üçte yer alıyor.

Türkiye'de mobil kullanıcıların %66'sı telefonlarını gereğinden daha fazla kullandıklarını kabul ederken, yarısı mobil telefon kullanım sürelerini sınırlamaya çalıştığını ifade ediyor. Akıllı telefon kullanımını sınırlamaya çalışan kesimin ise ancak yarısı başarılı olduğunu söylüyor. Ancak başkası telefonu ile görüşme halindeyken cepte ya da çantada bırakmak (%39), veri erişimini (%35) ve ses bildirimlerini kapatmak (%34) gibi yöntemlerin öne çıktığı bu süreçte, deneyenlerin sadece yarısı, bu konuda başarılı olduğunu belirtiyor. Yarıdan fazlamız kullandığımız telefonu 2018 içinde değiştirmeyi planlıyoruz!

Araştırmada öne çıkan bir diğer dikkat çekici sonuç ise ülke olarak telefon değiştirme oranlarımız... Sahip olduğu telefonu son 18 ay içinde değiştirmiş olduğunu belirtenlerin oranı %64 olmakla birlikte, gelecek 12 ay içinde telefonunu değiştirmeyi düşünenlerin oranı ise

%56... Avrupa'da ise bu oranlar sırasıyla %61 ve %36 olarak ortaya çıkıyor ve gelecek yıl içinde telefonunu değiştirmeyi düşünenlerin oranında Türkiye ve Avrupa arasında ciddi fark gözlemleniyor.

Akıllı telefon: Tüketici elektroniğinden hızlı tüketime...

Ödeme seçeneklerinin (aylık ücretlendirme vb.) yaygınlaşması ile erişilebilirliğin artması, telefonun bazı kullanıcılar tarafından statü sembolü olarak görülmesi gibi sebeplerden ötürü telefonun yaşından bağımsız olarak kullanıcılar telefonlarını değiştirmek istiyor. Böylece, telefonların artık tüketici elektroniği ürünlerinden çok hızlı tüketim ürünleri gibi alışveriş yapıldığı gözlemleniyor.

Türkiye'deki kullanıcıların yarısından fazlası, bozuk donanım, telefonun yavaşlaması, ekranın kırılması veya bataryanın zayıflaması durumlarında mevcut cihazlarını kesinlikle değiştireceğini belirtiyor. Hem Türkiye'de hem de Avrupa genelinde telefon değişimi konusunda donanım kaynaklı sorunlar ön plana çıkmakla birlikte, Türk kullanıcılar bu sorunlar karşısında telefonlarını değiştirmeye Avrupa'dan daha fazla meyilli...

Mağazadan olsun, yeni olsun, bizim olsun!

Ankete katılan kullanıcılardan %88'i mevcut telefonlarını yeni/kullanılmamış satın aldıklarını belirtirken satın alma kanalları Türkiye ve Avrupa'da farklılık gösteriyor. Türkiye'de kullanıcıların %58'i mevcut telefonlarını mağazadan alırken, sadece %16'sı online kanalları kullandığını belirtiyor. Avrupa'da ise mağazadan alma oranı %42 iken online satın alma oranı %30 olarak dikkat çekiyor. Bu farkın en büyük nedenlerinden biri mevcut düzenlemeler nedeniyle Türkiye'de kredi kartı ile taksitli cep telefonu satışı yapılamaması ve mobil abonelikler için kimlik doğrulama ve ıslak imza zorunluluğu bulunmasıdır. BTK, 28 Ekim 2017 tarihinde yayınladığı yönetmelikle, elektronik haberleşmede abonelik sözleşmelerinin artık dijital ortamda yapılmasını sağlayacak bir düzenleme yaptı. Bu düzenlemenin dijital deneyimin yaygınlaşmasına fayda sağlayacağı öngörülmekle birlikte, elektronik de olsa yerinde imza gerekliliği uygulaması devam ettiği sürece dijital kanallardan mobil abonelik işlemlerinin yaygınlaşması beklenmemektedir.

Anlık mesajlaşma, telefonla konuşmanın önüne geçti...

Cep telefonunda bulunan haberleşme uygulamaları kırılımında incelendiğinde Facebook ve sahibi olduğu uygulamaların (WhatsApp, Facebook Messenger, Instagram) e-posta ile birlikte en sık kullanılan uygulamalar olduğu ortaya çıkıyor. Bu uygulamaları saatte en az 1 kere kullandığını belirten kullanıcılar incelendiğinde ise WhatsApp %56 ile birincilik koltuğuna otururken, Facebook %37 ile ikinci, Instagram %34 ile üçüncü sırada yer alıyor.

Avrupalılara kıyasla mobil operatörlerimizden daha memnunuz!

Anket kapsamında yapılan Net Promoter Skoru (NPS) ölçümlemesine göre, Türkiye'deki mobil kullanıcıların

diğer Avrupa ülkelerine oranla mobil operatörlerinden daha yüksek oranda memnun olduğu ve tanıdıklarına tavsiye eder nitelikte gözüktüğü ortaya çıkmıştır. Ölçüm yapılan Avrupa ülkelerinde en yüksek NPS puanları Türkiye ve Rusya'da kaydedilirken, mobil operatörlerinden en mutsuz kullanıcıların İspanya ve İrlanda'da yer aldığı dikkat çekmektedir.

Raporda öne çıkan diğer sonuçlar ise kısaca şöyle;

- Katılımcıların eski telefonlarını nasıl değerlendirdiği incelendiğinde Türkiye'nin %25'lik el değiştirme oranıyla, Avrupa'nın (%12) önünde olduğu görülüyor. Eski cep telefonunu yedek olarak saklama oranında ise %20 ile Türkiye, Avrupa'nın gerisinde yer alıyor. El değiştirmeyen telefonlar dikkate alındığında Türkiye'de %35 oranla bir aile ferdine/arkadaşına verme ön plana çıkarken, Avrupa'da katılımcılar %40 oranla eski telefonlarını yedek olarak sakladıklarını ifade ediyor.
- Türkiye'de kullanıcıların telefonunda ortalama (telefon ile birlikte yüklü gelenler haricinde) 17 uygulama bulunmakta iken bu ortalama Avrupa'da 24...
- Her üç kişiden ikisi, günde en az bir kez WhatsApp ve Facebook Messenger gibi anlık mesajlaşma ağlarında paylaşılan videoları izliyor.
- İçerik üretimi açısından değerlendirdiğimizde, kullanıcıların akıllı telefonları ile günlük olarak en sık fotoğraf çektiği (%54), anlık mesajlaşma uygulamalarında fotoğraf (%52) ve video (%45) paylaştığı görülüyor.
- Finansal işlemler içerisinde, banka bakiyesi kontrol etme; online alışveriş kategorisinde ise ürün/hizmet araştırması en popüler aktiviteler olarak yer alıyor.
- 2015 yılında kullanıcıların sadece %32'si alışveriş sitelerine göz atmak için diğer cihazlar (laptop, desktop, tablet, vb) yerine akıllı telefonlarını kullanırken, bu oran bu sene %46 olarak yükselişe geçiyor.
- Kullanıcıların yaşı arttıkça tercih ettiği kotanın arttığı gözlemleniyor. 18-24 yaş grubunda 3-5 GB aralığını tercih etme oranı %35 olarak karşımıza çıkıyor. Bu oran 25-34 yaş grubu için %31 ve 35-44 yaş grubu için ise %28 olarak gerçekleştiği görülüyor. 45-50 yaş grubunda ise en çok 5-10 GB'lık kota tercih ediliyor.
- Türkiye'deki kullanıcıların akıllı telefonların en çok yol tarifi özelliğinin farkında olduğu ve en çok da bu özelliği kullandıkları gözlemlenirken, ikinci sırada yazı tahmini ve üçüncü sırada sesle arama yer alıyor.
- Türkiye'de akıllı telefonların özellikleri hakkında kadınların erkeklere göre daha yüksek farkındalığının olduğu ve bu özellikleri daha çok kullandığı görülüyor.
- Türkiye'deki katılımcılar, %69 oranında kişisel bilgilerinin şirketler tarafından kullanıldığını, %63 oranında ise kişisel bilgilerinin 3. taraflarla paylaşıldığını düşünüyor... Ancak yine de her üç kullanıcıdan biri kullanım şartları ve koşullarını okumadan kabul ediyor.

Y KUŞAĞI TÜKETİME AÇ AMA KOLAY LOKMA DEĞİL!

"Digital in 2017 Global Overview" raporuna göre, Türkiye'de sosyal medyaya mobilden bağlanan kullanıcı sayısı 42 milyon. En çok kullanılan sosyal medya kanalları Youtube ve Facebook.



Gün içerisinde ortalama 7 saatimizi bilgisayar karşısında, 3 saatimizi telefon üzerinden internete bağlanarak ve 3 saatimizi sosyal medya platformlarında geçiriyoruz.

Düzce Üniversitesi Kariyer Topluluğu tarafından düzenlenen ve Üniversite Medya Birliği'nin destekçisi olduğu "Marketing Empire" etkinliği 12 Aralık'ta Düzce Üniversitesi'nde gerçekleştirildi. Düzce Üniversitesi öğrencilerinin yoğun katılımıyla gerçekleşen etkinliğe konuşmacı olarak katılan E-GÜVEN İş Geliştirme, Satış ve Pazarlama Direktörü Ayşegül Topoğlu Tüzün, Y kuşağının alışkanlıkları ve dijital pazarlama alanındaki yeni eğilimler hakkında bilgi verdi.

Türkiye nüfusunun yüzde 35'ini oluşturan Y kuşağının açık, şeffaf ve net iletişimi tercih ettiğini belirten E-GÜVEN İş Geliştirme, Satış ve Pazarlama Direktörü Ayşegül Topoğlu Tüzün, Y kuşağının ana motivasyonun grup içinde öne çıkmak olduğuna dikkat çekti: "Bu nesil, arkadaşları tarafından onaylanmak ve yaptıkları işte faydalı olduklarını bilmek istiyor. Y kuşağının %70'i arkadaşları onların önerilerini kabul ettiğinde çok sevindiğini belirtiyor. Yapılan araştırmalar, bu kuşağın televizyona ve basılı medyaya daha az ilgi duyduğunu gösteriyor. İnternetteki kampanyalarla daha çok ilgililer. Y Kuşağı'nın sadece yüzde 26'sı haftada 20 saatten fazla TV izliyor. Y neslinin yüzde 42'si bilgisayarda TV programı izliyor."

Alışverişte cömertler, yüzde 50'si cepten araştırma yapıyor!

Y kuşağı için mobil araçların önemli bir bilgi kaynağı olduğunu vurgulayan Tüzün, Y kuşağının araştırmacı olduğunu, sorgulama mekanizmalarını kullanmaktan kaçınmadıklarını ifade etti: "Y kuşağı temsilcilerinin % 50'si alışveriş yaparken akıllı telefonlarından ürünlerle ilgili araştırma yapıyor. Y kuşağı para harcama ve tüketim konularında diğer nesillere göre daha cömert. Satış ve pazarlama departmanları Y kuşağı için; sosyal medya mecralarının sık kullanılması, farklı kampanyalar düzenlenmesi, şeffaf ve güvenilir olunması, yeniliklerin takip edilmesi, online satış platformları ile faydalı içeriklerin oluşturulması ve mobil kanalların açık tutularak söz hakkı tanınması gibi farklı stratejiler belirlemek zorunda."

Z kuşağı otoriteye karşı ve hızlı tüketmeye yatkın!

90'lı yıllarda doğan Z kuşağının ise teknolojiyle iç içe büyüdüğüne değinen Tüzün, "Z kuşağı, diğer nesillere göre bilgi ve zaman konularında yüksek uyum yeteneğine sahip. Bu kuşağın yenilikçi bakış açıları ve analitik zekaları ile iş hayatına yeni bir soluk getireceğini düşünüyorum. Otoriteye ve kurallara karşı olan dirençleri ise dikkat çekici düzeyde. Dijital nesil olarak da bilinen bu nesil, hızlı tüketmeye ve aynı anda birden fazla sorunla baş etmeye yatkın." dedi.

Dijital pazarlamada sanal gerçeklik ve kripto para gündemde olacak!

Dijital pazarlama eğilimlerini de değerlendiren Tüzün, dijital pazarlamayla geleneksel pazarlama çalışmalarına göre daha düşük maliyetlerle, daha fazla potansiyel müşteriye ulaşabileceğini açıkladı: "Dijital pazarlama, 360 derece pazarlamanın en önemli uygulamalarından biri. Doğru uygulandığında marka bilinirliğine katkı sağlayan dijital pazarlama; etkileşim zenginliği, coğrafi engelleri kolay aşma ve tüketici eğilimlerini daha kolay ölçme gibi avantajlar sunuyor. Tüketicilerin ürün veya hizmetle fiziksel etkileşime geçememesi, olumsuz deneyimlerin hızlı yayılıp kriz riski oluşturması, bilinçsiz ve yoğun olarak kullanıldığında rahatsızlık vermesi gibi dezavantajları da mevcut. Dijital pazarlama alanında önümüzdeki dönemde video içeriklerin daha fazla kullanılacağını, Neuro Marketing çalışmalarının sıklaşacağını, yapay zeka teknolojilerinin yaygınlaşacağını, Influencer pazarlamanın etkisini artıracığını, sanal gerçeklik teknolojisinin daha fazla kullanılacağını ve kripto paraların gündemde olacağını öngörüyorum."

Z JENERASYONU DOĞAL OLARAK MOBİL!

Araştırmalara göre, Z jenerasyonu kendinden önceki tüm nesillerden daha mobil ve daha fazla mobil satın alma gerçekleştiriyor.



Japonya'nın en büyük dijital reklam teknoloji şirketi FreakOut, Z jenerasyonunun mobile olan ilgisini ve bu nesle ulaşmak için atılması gereken adımları açıklıyor. 1995 ila 2009 yılları arasında doğanların yer aldığı bu jenerasyon, yalnızca dijital olarak yaşamıyor, dijital olarak nefes alıyor. Birden fazla işi aynı yapabilme konusunda önceki nesillere göre daha başarılı olan bu neslin satın alma davranışlarına bakıldığında ise daha yaşlı insanlara göre beklentilerinin çok daha yüksek olduğu görülüyor. Bununla birlikte markalara bağlı olmak yerine markaların onlara bağlı olmasını bekliyorlar.

Google'ın Ipsos ile birlikte yaptığı çalışmaya göre, ABD pazarında Z jenerasyonu, 12 yaşlarında ilk akıllı telefonlarına sahip olarak bugüne kadarki en erken akıllı telefona sahip nesil olma özelliği taşıyor. Z jenerasyonunun 3'te ikisi online alışveriş gerçekleştirirken, yarısından fazlası telefonlarından alışveriş yapıyor.

Kantar Millward Brown araştırmasına göre, önceliği mobil olan Z jenerasyonun yüzde 74'ü, günde bir saatten fazlasını mobil cihazlarında geçiriyor. Çok daha kısa süreli videolar izlemeyi tercih eden bu nesil reklam engelleme yazılımı yükleme konusunda ise önceki nesillere kıyasla daha hevesli görünüyor.

Z jenerasyonuna gerçeği verin!

Z jenerasyonu kendinden önceki tüm nesillerden önce akıllı telefon kullanmaya başladığına dikkat çeken FreakOut Türkiye Ülke Müdürü Okay Tuğ, "Google'ın Consumer Barometer verilerinde, 2017 yılında 25 yaş altı Türkiye'deki nüfusun yüzde 99'unun internete erişimi olduğu, yüzde 94'ün günlük olarak internete girdiği görülüyor. İnternet tüketiminin çoğunlukla mobil

cihazlardan yapan bu nesil, kişiselleştirilmiş, çok daha gerçekçi, doğal reklamlar görmek istiyorlar" dedi. Tuğ, Z jenerasyonuna ulaşmak için dikkat edilmesi gereken 3 adımı şöyle özetliyor:

- Mesajınızı sadeleştirin. Günde 100'den fazla sosyal medya hesaplarını kontrol eden nesle ulaşmak için olabildiğince yalın ve hızlı olmak gerekiyor. Mesajınızı verirken herhangi bir başka unsurun karışıklık yaratmasına izin vermeyin.
- Gerçekçi olun. Daha önceki nesillerden farklı olarak idealleştirilmiş geleneksel kanallar yerine daha gerçekçi, kişiliğini yansıtan içerikler ilgi çekiyor.
- Onları dahil edin. Yaratacağınız kampanyanın içerisine Z jenerasyonun da kendisinden katabilecekleri olduğunu unutmayın ve onlara fırsat tanıyın.



TARİHİ BİR GEZİ İÇİN BURSA!

Bursa doğası, denizi, dağı, tarihi ve kültürel öğeleriyle sürekli olarak turistlerin ziyaret ettiği şehirlerden bir tanesi. Sadece yazın değil kış aylarında da kapılarını misafirlerine açmaktan çekinmeyen Bursa, kış turizminin göz bebeği Uludağ'da dağ tırmanışı, ATV safari ve bisiklet turları ile trekking turları yapma olanağı sunuyor.



Kısa varış süresi, uygun konaklama imkanları ve birbirinden lezzetli tatlılarıyla gönülleri fetheden Bursa, bireysel tatillerin yanı sıra kurumsal şirketlerin de motivasyon toplantılarının tercihi oluyor.

Eski zamanlarda Bitinya Bölgesi'nde yer alan Bursa, kadim geçmişiyle misafirlerini kucaklıyor. Hangi mevsim olursa olsun en özel atmosferiyle misafirlerine kucak açan Bursa, kısa tatilcilerin uğrak yeri olmasını yanı sıra kurumsal firmaların da çalışanlarını motive etmek için tercihi ettiği şehirlerin başında geliyor.

Muhteşem mimarisiyle Türkiye'nin yanı sıra tün dünyadan turistlerin ilgi odağı olan Ulu Cami, Bursa'nın en önemli tarihi öğelerinden bir tanesi olarak karşımıza çıkıyor. Hacıvat ile Karagöz'ün de bu caminin inşaatında çalıştığı rivayet edilirken, hem dışı hem de içindeki eşsiz mimarisiyle Ulu Cami, görenleri büyülüyor.

Tarihi dokusuyla bir çay molasını bile huzurlu hale dönüştüren Koza Han ise Bursalıların yanı sıra tatilcilerin çarşıya çıktıklarında uğradığı yegane yerlerin başında geliyor. Turistik açıdan Bursa'nın en önemli



lokasyonlarından biri olan Cumalıkızık'da, gözleme-ayran severlerin uğradığı adres oluyor.

Bursa'nın tarihi ve meşhur çarşısı Kapalıçarşı'da turistlerin ilgisini çekerek, şehrin tanıtımını üstleniyor. Öte yandan Bursa'yı en güzel gören yerlerden biri olan Tophane, girişindeki Osman Gazi ve Orhan Gazi türbeleriyle adeta geçmişe saygı duruşunda bulunuyor. Tophane'de yer alan ve Osmanlı'nın Bursa'ya giriş yaptığı kapı olan Saltanat Kapısı ise Bursa'nın mistik havasının en güzel hissedildiği yer olarak biliniyor.

Kış turizminin Türkiye'deki en önemli noktalarından biri;

Uludağ

Elbette şehrin en önemli sembollerinden bir diğeri olan Uludağ, özellikle kış aylarında kayak severlerin gönlünü fethediyor. Kısa varış süresiyle de gününbirlik kayak yapmak isteyenlerin tercihi olan Uludağ, muhteşem dağ manzarası ve havasıyla kış turizminin gözbebeği olarak karşımıza çıkıyor. Beyaz cennet Uludağ, eşsiz kar manzarası çekmek isteyen fotoğrafçıların da uğrak mekanlarından biri...



SEVGİLİLER GÜNÜ İÇİN ÇİFTLERE ROMANTİK TATİL ROTALARI!

Sevgililer Günü'nü unutulmaz kılmak isteyenler, dünyanın en güzel şehirlerinde romantizmin doruklarına çıkıyor.



İtalya, İspanya, Benelüks, Fransa ve Orta Avrupa'nın ünlü şehirlerinde aşık çiftlere benzersiz bir seyahat deneyimi.. Bu özel günü daha uzak bir coğrafyada daha farklı bir kültürle iç içe geçirmek isteyen çiftler ise Havana, Dubai, Amerika, Phuket, Bangkok ve Singapur alternatif seçenekler oluyor.

Yüzyıllardır ünlü aşkların yaşandığı, dünyanın en romantik şehirlerinden Paris - Benelüks seyahatinde sevgililer tarih ve aşk kokan sokakların cazibesine kapılıyor. Avrupa'nın en renkli şehirlerinden Amsterdam'da benzersiz bir eğlenceyle ve tarihi dokusuna hayran kalacağınız Brugge'de muhteşem çikolatalarla aşkınız tazeleniyor.

Efsaneleşmiş aşk hikayelerine sahne olmuş sokaklarıyla İtalya'nın adeta açık hava müzesini andıran şehri Floransa; çiftlere romantik anlar yaşatan gondol turuyla Venedik; muhteşem Akdeniz lezzetlerini deneyimleyebileceğiniz Sicilya'nın ünlü şehirleri Catania ve Palermo, 14 Şubat'ta İtalya'yı tercih edecekler için uygun alternatif oluyor.

Kedine has kültürü, eşsiz lezzetleri, benzersiz mimari yapılarıyla İspanya'nın ünlü şehirleri Barcelona, Madrid



ve Valencia; Sevgililer Günü'nde aşıkları Flamenko ezgisi tadında sıcak bir yolculuğa çıkarıyor.

Bu özel günde tatilin keyfini çıkaran aşıklar, klasik müziğin tutkulu melodilerinin yankılandığı Orta Avrupa şehirleri; Viyana, Budapeşte, Prag ve Salzburg'da, sevgilinin kulağına en güzel aşk şarkılarını fısıldayıp, aşka fon olan tarihi caddelerde anı ölümsüzleştirecek fotoğraflar çekiliyorlar.



Yakın rotalarda daha uygun bütçeli bir Sevgililer Günü için Balkanların Osmanlı izlerini hala taşıyan gözde şehirleri Saraybosna ve Belgrad tarihi dokusuyla kaşif çiftleri bekliyor. Ege'nin diğer kıyısı komşu Yunanistan'ın başkenti Atina, bize yakın kültürde bir Sevgililer Günü için ideal rotalar arasında yer alıyor.



HAYALİNİZDEKİ YAŞAMIN ADI; ZER MUHTEŞEM YENİ YIL KONUTLARI!

Fikirtepe kentsel dönüşüm projesi kapsamında Kadıköy Göztepe’de hayata geçirdiği Zer Muhteşem Yeni Yıl Konutları’yla Ceylan İnşaat; müşterilerine banka kredisi olmadan 72 ay vade ile faizsiz şirket finansmanı sunuyor.



Ceylan İnşaat’ın lansman fiyatlarıyla satışı tüm hızıyla devam eden projesi Zer Muhteşem Yeni Yıl Konutları için son düzlüğe girildi. Ceylan İnşaat; müşterilerine banka kredisi olmadan 72 ay vade ile faizsiz şirket finansmanı sunduğu proje, sosyal ayrıcalıklarıyla adından söz ettiriyor.

Bağdat Caddesi ve Fenerbahçe Stadı’na 500 metre, Kalamış Marina ve Moda’ya 750 metre mesafede bulunan Zer Muhteşem Yeni Yıl Konutları, ulaşım ağına yakınlığıyla da büyük beğeni topluyor. Yeni konuklarının metro, Marmaray, Avrasya Tüneli, metrobüs ve deniz yolu gibi ulaşım akslarına dakikalar içinde ulaşılabilmesine olanak tanıyan ZER Muhteşem Yeni Yıl Konutları, Bağdat Caddesi, Kalamış Marina ve İstanbul Finans Merkezi gibi şehrin cazibe merkezlerine komşu olmasıyla da diğer projelerden ayrılıyor. Sosyal ayrıcalıklarını da bir üst skaladan kurgulayan ZER Muhteşem Yeni Yıl Konutları, kullanıcılarına sosyal yaşamda eğlenceli ve keyifli zamanlar geçirmeyi vaat ediyor. Çocuklar güven içinde sosyalleşirken; açık yüzme havuzu, çocuk

yüzme havuzu, mini sinema salonu, fitness center, SPA (sauna, buhar odası, şok havuzu, hamam) gibi pek çok sosyal alanın bulunduğu projede yaşamın her daim renkli olması için çalışılıyor. 1+1, 2+1 ve 3+1 daire seçenekleriyle, çekirdek ailelerden kalabalık ailelere kadar farklı kesimlere hitap edecek proje; 91 m² ile 204 m² aralığındaki değişik tiplerde ve konumlarda alternatifler yer alıyor.

Projenin satışı devam eden son daireleri için Ceylan İnşaat, 'Kişiye özel ödeme planı' oluşturarak müşteri memnuniyetiyle çalıştığını bir kez daha kanıtıyor. Proje kapsamında Ceylan İnşaat konuklarına, daire ve ticari alanlar için yüksek kar avantajıyla, peşin fiyatına vade farksız 72 aya varan vade seçenekleri ile taksit imkanı da sunuyor. Projede ayrıca, 360 derece manzara sunan seyir terası, bu seyir terasında yer alan kış bahçesi ve barbekü alanı da fark yaratan özellikler arasında bulunuyor. Konforun ve huzurun yanı sıra kentsel dönüşümle birlikte bölgenin değer kazanmasına olanak sağlayacak ZER Muhteşem Yeni Yıl Konutları, ideal bir proje olarak da öne çıkıyor.



PORTA VADİ PROJESİ GÖRÜCÜYE ÇIKTI!

2005 yılında Zekeriyaköy’de Doğa Evleri projesini ve 2011 yılında ise Hasdal’da yer alan Finanskent projesini hayata geçiren Tümyapı, İstanbul’un yeni gözdesi olan Kağıthane Cendere Caddesi’nde Porta Vadi projesi ile yaşam alanı geliştirme işine yeni bir soluk getiriyor.



Tümyapı tarafından 165 milyon TL yatırım ile hayata geçirilen Porta Vadi projesinde teslimatlar 2018 yılı sonunda gerçekleşecek.

Herkes için nezih bir yaşam alanı yaratabilme arzusu ile gayrimenkul sektörüne adım atan Tümyapı, başarı ile hayata geçirilen ve yoğun ilgi gören Doğa Evleri ve Finanskent projelerinin ardından Ocak 2017’de inşasına başladığı Porta Vadi projesi ile iş dünyasını ve prestijli yaşamı Kağıthane Cendere Caddesi’nde buluşturmaya hazırlanıyor. Porta Vadi projesinde 76 konut, 166 ofis ve 20 mağaza bulunuyor.

34 dönüm arsa üzerine 165 milyon TL yatırım ile inşa edilen Porta Vadi projesinde farklı büyüklüklerdeki ofis ve mağazaların yanında, 1+1’den 4+1’e kadar farklı konut seçenekleri sunuluyor. Porta Vadi projesinde metrekareleri 95’den 310’a kadar ulaşan konutlar 2018 sonunda teslim edilecek. Basın tanıtımı yapılan Porta Vadi projesinde 30 Mart 2018 tarihine kadar “0” peşinat ve “0” faiz fırsatı ile peşin alımlarda yüzde 25 indirim ve şirket bünyesinde 36 ay vade seçeneği sunuluyor.



Gayrimenkul sahibi olmak isteyenlerin beklentilerini karşılayacak projeler geliştirebilmek amacıyla Tümyapı’yı kurduklarını dile getiren Tümyapı Yönetim Kurulu Başkanı Cavit Savcı, “İnşaat sektörü Türkiye’nin son dönemdeki ekonomik büyümesinde büyük bir paya sahip. Sektör, özellikle sağladığı istihdam ve yarattığı çarpan etkisi ile ekonomiye olumlu katkılar sağladı. 2000 yılından itibaren Türkiye’deki inşaat sektörünün gelişimi, 250’ye yakın alt sektörün de ticaret hacmini olumlu yönde etkilemiş durumdadır. Ülkemizde son dönem yaşanan olumsuzluklara rağmen her sene yeni satış rekorları kırılıyor. Yerli ve yabancı yatırımcının ise gayrimenkule olan ilgisi devam ediyor. Ev almak isteyenler artık çok daha bilinçli hareket ederek hangi projeye, hangi şartlarla yatırım yapacağını biliyor. Biz de Tümyapı olarak, lokasyon, mimari, alt yapı ve fiyat kıstasını her zaman ön planda tutarak tüm paydaşlarımıza fayda sağlayacak projeler geliştirmeye özen gösteriyoruz. İnsanlar artık sadece ev değil yaşam alanı satın alıyor. Tümyapı olarak, merkezi lokasyonlarda konumlandırılmış, yatırım gücü yüksek ve yakın gelecekte ilham alan yaşam alanları tasarlamak bizim her projemizdeki başlıca çıkış noktamız” dedi.



İŞTE YENİ JEEP WRANGLER!



Daha da geliştirilen 4x4 yetenekleri, orijinaline sadık kalan daha modern tasarımı, yüksek verimliliğe sahip gelişmiş motor seçenekleri, kapsamlı teknolojik ve güvenlik donanımları ile Jeep Wrangler, yine arazinin efsanesi olmaya hazırlanıyor. Yeni Jeep Wrangler, 2018 yılının sonbahar aylarında ülkemiz yollarında da yerini alacak.

Bugüne kadar 2 milyonun üzerinde üretim adedine imza atan Wrangler efsanesinin yeni nesil versiyonu, ilk olarak Kuzey Amerika'da görücüye çıktı. Yeni Jeep Wrangler; üstün off-road yetenekleri, geleneksel Jeep tasarımı, açık hava özgürlüğü sunan karoser özellikleri, üstün asfalt ve off-road sürüş dinamikleri ve bir dizi inovatif güvenlik ve gelişmiş teknolojik donanımla dünyanın en yetenekli ve tanınmış arazi aracı olma geleneğini sürdürüyor.

Jeep tasarımcıları markanın imzası niteliğinde olan efsanevi yedi oluklu ön ızgarayı yeniden tasarladı. Yeni

ızgaranın farlarla kesişen tasarımı efsanevi Jeep CJ'e gönderme yapıyor. Yeni ön ızgaranın üst kısmındaki kavis aerodinamik verimliliği arttırıyor. Sahara ve Rubicon modellerinde sunulan LED ön farlar ve sis farları daha çekici bir görünümü beraberinde getirirken sinyal lambaları çamurlukların uç noktasına entegre ediliyor. Alışlagelmiş olduğu kare formunu koruyan arka stop lambalarında da çağın gereklerine uygun olarak LED teknolojisi kullanılıyor.

Yeni Jeep Wrangler 2 ve 4 kapılı olmak üzere iki farklı gövde tipiyle üretilecek. 2 kapılı gövde tipi Sport, Sport S ve Rubicon donanım seviyeleriyle sunulurken, 4 kapılı gövde tipi ise Sport, Sport S, Sahara ve Rubicon olmak üzere dört farklı donanım seviyesiyle sunuluyor. Onlarca farklı kapı, tavan ve ön cam kombinasyonları sonsuz kişiselleştirme sağlarken, 2019 yılında ilave olarak bir de yeni, yarım kapı alternatifi sunulmaya başlanacak.



YENİ ARTEON VOLKSWAGEN SHOWROOMLARINDA!



2017 yılında Avrupa'nın en prestijli otomobil ödülleri arasında biri olan Altın Direksiyon Ödülü'ne layık görülen Yeni Arteon, dinamik ve zarif dış tasarımının yanında, sunduğu geniş iç hacmi, konforu ve asistan sistemleri ile dikkat çekiyor.

Geleneksel büyük sınıf sedan otomobillerin geniş alan ve konfor özelliklerini, spor otomobillerin keskin tasarım hatları ve performansı ile bütünleştirerek, özel yaşamda ve iş hayatında bir otomobilden beklenen farklı özellikleri tek bir otomobilde toplayan Yeni Arteon, Türkiye'de dizel motor seçeneklerinin ardından, benzinli motor seçeneğiyle de satışa sunuldu. Arteon'un DSG şanzımanlı 1.5 litrelik yeni TSI motoru, 150 PS güç ve 250 Nm torka sahip. Volkswagen'in verimlilik konusundaki iddiasını ortaya koyan Aktif Silindir Yönetimi (ACT) sistemine sahip Arteon 1.5 TSI 150 PS DSG showroumlarda Volkswagen severleri bekliyor. Arteon, Türkiye'de daha önce 150 PS ve 240 PS güç üreten dizel 2.0 TDI motorlu seçenekleriyle satışa sunulmuştu.

Fonksiyonelliği ve geniş iç hacmiyle 'gran turismo' konseptini yeniden yorumlayan Arteon, arka

koltuklardaki geniş diz mesafesi, 563 lt ile 1.557 lt arasında değişen bagaj hacmiyle, ne kadar kullanışlı bir otomobil olduğunu gösteriyor. Arteon dış tasarımında kullanılan krom detaylarıyla da dikkat çekici tasarım dilini yansıtıyor. Kaput üzerinde devam eden "V" şeklindeki karakteristik hatlar, Arteon'un daha geniş görünmesini sağlıyor.

Yeni Arteon 1.5 TSI ACT 150PS DSG, 'Elegance' ve 'R-Line' olmak üzere 2 farklı donanım seviyesiyle sunuluyor. Elegance donanım seviyesinin konfigürasyonu, premium sınıfa has bir donanım ve stil sunarken; R-Line donanım seviyesi ise, sportif tasarım öğelerine sahip. Elegance ve R-Line donanım seviyelerinde standart olarak 19 inçlik alüminyum alaşımlı jantlar, dinamik viraj farı özelliğine sahip LED "High" ön farlar, dinamik sinyale sahip LED stop lambaları, kolay açılır / kapanır bagaj kapağı, anahtarsız giriş ve çıkış, Alcantara/ Vienna döşemeye sahip koltuklar, Dijital Gösterge Paneli "Active Info Display", progresif direksiyon ve 3 renkli ambiyans aydınlatma sunuluyor.



HTC U PLAY TÜRKİYE'DE SATIŞTA!



Mobil ve sanal gerçeklik teknolojisinin önde gelen şirketi HTC, tasarımında metal ile camın mükemmel bir karışımını sunan ve gelişmiş likit ekranıyla kullanıcıyı yansıtan HTC U Play'i Türkiye'de satışa sundu. HTC U Play, 5.2" boyutunda likit ekranıyla ele mükemmel oturan eğlenceli bir telefon. 5,2 inç, Full HD ekrana sahip HTC U Play'in 16 megapiksel kamerası Optik İmaj Sabitleyici (OIS) özelliği ile iki kat daha uzun pozlama süresi ve böylece daha az bozulma sağlıyor. HTC U Play'in yeni selfie kamerası da, 16MP ile 4 kata kadar daha fazla ışık hassasiyetine sahip UltraPiksel arasında kolayca geçiş yapmaya imkân tanıyor.

Kullanıcısını çok iyi tanıyarak onun yol arkadaşı olmayı hedefleyen U ailesi

telefonlarda HTC Sense Companion adlı yeni bir yapay zekâ teknolojisi bulunuyor. Gelişmiş bir yapay zekâ ile güçlendirilen HTC U Play, zamanla kullanıcısının alışkanlıklarını çok iyi tanıyan bir yol arkadaşına dönüşüyor. Dinleyip öğrendiklerine göre sesi ayarlıyor, kullanıcısından öğreniyor ve ona öneriler sunuyor. Örneğin U Play ertesi gün kar yağacaksa sıkı giyinmeyi ve her zamankinden daha erken yola çıkmayı öneriyor.

HTC U Play ile birlikte gelen USonic teknolojisi, ses dalgalarının yayılımını ölçümleyerek kulağın iç yapısını analiz ediyor. Bu sayede kişiye özel kulak iç yapısına göre sesi optimize ederek müziğin her detayının net bir şekilde duyulmasını sağlıyor.

MATE 10 PRO İLE HİÇBİR AYRINTI GÖZDEN KAÇMIYOR!



Huawei, son yıllarda akıllı telefon üretiminde tasarımın önemini vurguluyor. Hiç şüphesiz akıllı telefonların görünümü farklılaşırken, Huawei bu değişimi yönlendiriyor ve en son gelişmeleri uygulayan mükemmel bir ürünü kullanıma hazır hale getiriyor.

Akıllı telefon ekranının, kullanıcılara yeterli parlaklık, düzgün kontrast, canlı renkler ile doğru kaliteyi sunabilmesi için gelişmiş teknolojiyi kullanması gerekiyor. OLED teknolojisi kullanılarak üretilen Mate 10 Pro, şaşırtıcı bir 70,000: 1 kontrast oranı sağlıyor. NTSC renk paletinin kapsamının yüzde 112'si oranında renk sunan Mate 10 Pro, en yeni video akış hizmeti sağlayan kuruluşların kullandığı HDR teknolojisini destekliyor. 6 inç olan ekran boyutu 2160 x 1080 piksel çözünürlüğe sahip olan Mate 10 Pro, yüksek çözünürlük sunarak küçük ayrıntıların yakalanmasını ve çok küçük metinlerin bile okunabilirliğini garanti ediyor. 9317mm2 ekran yüzeyi sağlayan Mate 10 Pro'nun ekran-telefon yüzey oranı yüzde 81.61 olarak en son teknolojiyle geliyor. Yüksek özellikleriyle birlikte telefonun alt ve üst kısmının simetrisini korumayı başaran Mate 10 Pro, gövdenin yumuşak kıvrımları sayesinde ele rahatlıkla oturuyor.

Yeni Mate 10 serisinin ayırt edici bir başka özelliği de yeni 18:9 ekran boyutu. Daha panoramik ekran, telefon kasasını daha iyi dolduruyor ve aynı zamanda da Mate 10 Pro'nun elle tutulamayacak kadar geniş olmamasını sağlıyor. EMUI 8.0 ön yüz, ekranın yeni en-boy oranından tam olarak yararlanılabilecek şekilde yeniden tasarlandı. Mate 10 Pro'nun ekranı iki eşit kareye bölünebiliyor. Yatay düzende, sistem iki sütunlu bir görünüm sağlıyor; bu da bir telefondan daha çok bir bilgisayarda çalışıyormuş hissi veriyor ve verimliliği önemli ölçüde artırıyor. Kullanıcıların ekranı yarı yarıya bölebilmelerini veya aynı anda görüntülenen iki uygulama için ekranı farklı oranlarda bölebilmelerini sağlayan Mate 10 Pro, benzersiz ekran deneyimi sunuyor.

LG Electronics'in V serisi en yeni akıllı telefonu LG V30 + (Plus), Türkiye'de satışa çıkmadan önce hediyeleriyle kullanıcıları adeta büyüleyecek.

LG V30+ HEDİYELERİYLE GELİYOR!

LG Electronics Türkiye'nin LG V30+'a özel olarak düzenlediği ilk yarışma 10 Ocak – 11 Şubat tarihleri arasında LG SmartWorld uygulaması üzerinden gerçekleşecek. Yarışmaya katılmak isteyen kullanıcıların LG SmartWorld uygulamasına girip kayıt yaptırdıktan sonra, V30+ videosunu seyrederek sorulan 5 soruya doğru cevap vermesi gerekiyor.

Soruları doğru yanıtlayan yarışmacılar arasından kazanan talihliler; 1 adet V30 +, 10 adet LG HBS-780 Bluetooth kulaklık ve 50 adet LG Power Bank (6500mAh) kazanma şansı yakalayacak. Kazanan talihlilerin listesi 15 Şubat tarihinde LG SmartWorld sayfasından yayınlanacak. LG Electronics Türkiye'nin 15 Ocak – 31 Ocak tarihleri arasında gerçekleşecek bir diğer yarışmasında ise kullanıcılar, öncelikle www.lg.com/tr sayfasından V30+ videosunu seyredecek. www.V30kazandiriyor.com sitesine kayıt yaptıran ve 5 soruya doğru cevap veren kullanıcılardan 1 kişi V30+, 300 kişi ise HBS-780 Bluetooth kulaklık kazanma şansı yakalayacak. Kazananların listesi, 6 Şubat tarihinde www.V30kazandiriyor.com sitesinde açıklanacak.

LG V30+ sahip olduğu güçlü video becerileriyle kendisini akıllı telefon sinemacılığında lider yapıyor. Geniş açılı çift arka kamerası çok daha parlak ve canlı renkler için cam bir lense sahip olan sektördeki ilk F1.6 kamera ile destekleniyor. Cine Video modu kullanıcıların herhangi bir videografi eğitimine gerek duymadan V30+ ile film gibi videolar çekmesine imkan veriyor. V30+'ın arkasındaki ana kameranın F1.6 diyafram açıklığı daha aydınlık ve daha dinamik çekimler için içeriye daha fazla ışık girmesini sağlıyor.



NOKIA 2 İLE TEK ŞARJLA İKİ GÜN PİL ÖMRÜ!

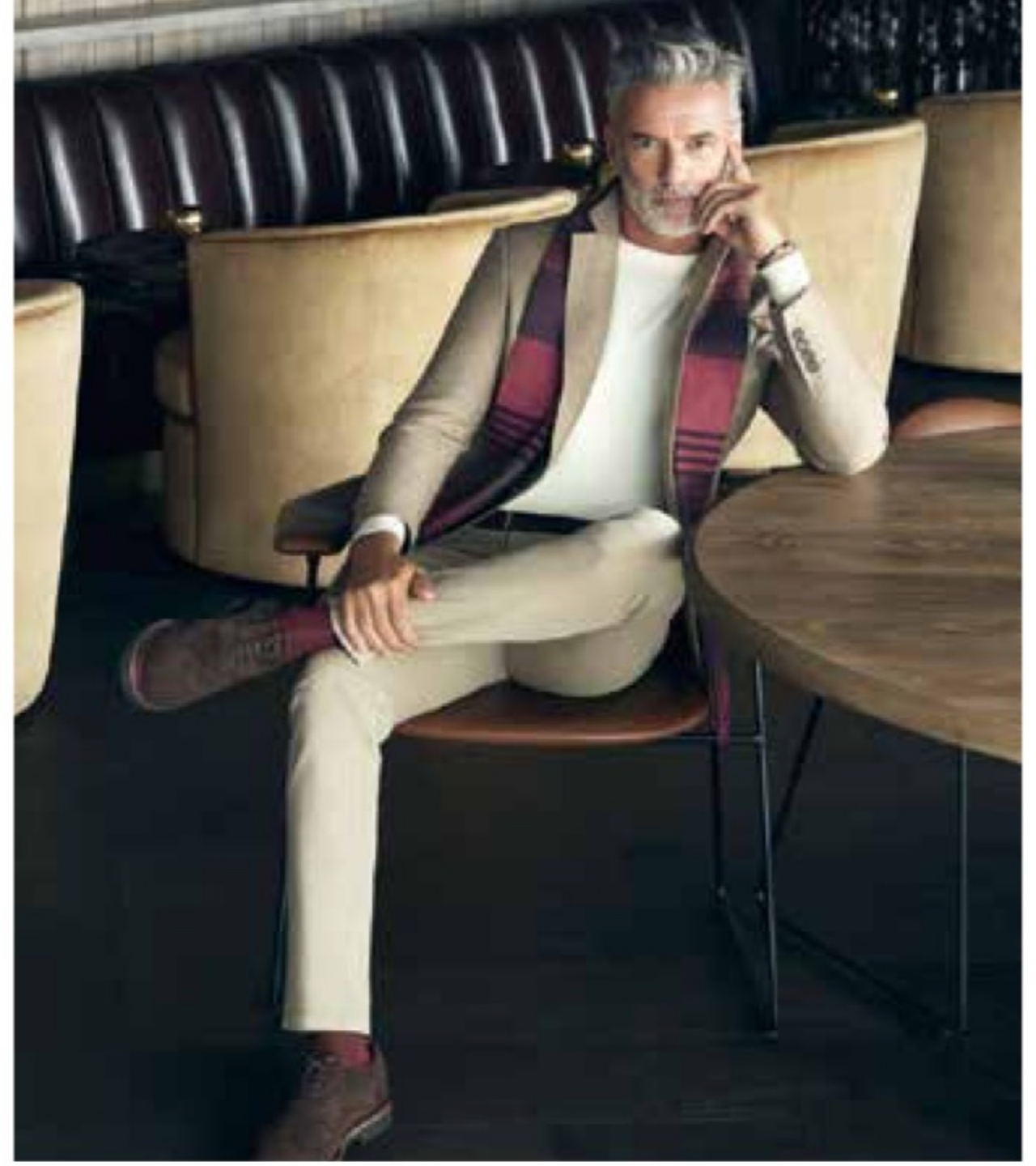
Nokia telefonlarının evi HMD Global, Nokia 2'nin Türkiye'de Ocak ayı içerisinde 849 TL önerilen perakende fiyatıyla piyasaya sürüleceğini duyurdu. Uzun pil ömrü ile özdeşleşen Nokia telefonlar, bu iddiasını tamamen yeni bir boyuta taşıyan akıllı telefonunu duyurdu. Nokia 2, iki günlük pil ömrü ile diğer akıllı telefonların tekrar şarja ihtiyaç duymaya başlamasından çok sonra bile çalışmaya devam etmek için tasarlandı.

Bu etkileyici iki günlük pil ömrü, performanstan ödün verilmeden kullanım imkânı tanıyor. Qualcomm® Snapdragon™ mobil platform, 5 inç yüksek kaliteli ekran, saf, güvenli ve güncel Android™ deneyimi ile Nokia 2, tüm gün boyunca güven veren teknolojiyi sunuyor.

Nokia 2, Nokia'nın tüm kalite, basitlik ve güvenilirlik mirasının alametifarikalarını kullanarak tasarımda rakipsiz bir dayanıklılık sunuyor. Bir Nokia akıllı telefonundan beklenen harika bir his ve yapım kalitesi sunmak üzere ince çerçevesi, tek parça alüminyumdan hassasiyetle işlenmiş gövdesi, Corning® Gorilla® camı ve arkada şekillendirilmiş polikarbon ile tamamlandı. Birinci sınıf materyaller ve ince düşünülmüş, ergonomik tasarım, şık olduğu kadar kullanışlı da olan eşsiz bir model yaratmak üzere bir araya gelerek ekonomik, uzun ömürlü bir akıllı telefon deneyimini yaşamanız için sizi özgür bırakıyor.



AŞKIN EN ŞIK İFADESİ YİNE KİĞİLİ'DAN!



Erkekler için Sevgililer Günü hediyesi seçmek bazen zorlayıcı olabilir. Fakat Türkiye'nin erkek giyim markası Kiğılı'ya gelip hata yapmak çok düşük bir olasılık. Kiğılı'nın her tarza ve her ana uygun sayısız parçadan oluşan koleksiyonlarında, sevgililerin kalbini çalacak seçenekleri bulmakta zorlanmayacaksınız.

Erkeklerin günlük hayatlarında ve casual tarzı kaldıran ortamlarda kullanmaktan çok hoşlandıkları spor ve denim pantolonlar bu Sevgililer Günü'nde doğru seçim olabilir. Farklı renkleri ve kesimleriyle bu pantolonlar

erkeklerin hem dinamik bir çizgi yakalamasını sağlıyor hem de farklı parçalarla rahatça kombinlenebiliyor.

Son yılların en gözde parçalarından yelekler de Sevgililer Günü'ne çok yakışan hediye alternatifleri olabilir. İster ceketin içine giyip şıklığınızı gösterin ister gömleğin üzerine giyip spor tarzınıza dikkat çekici bir parça ekleyin... Aynı şekilde Kiğılı trikolar da, çeşit çeşit renk ve model alternatifleri, sıcaklık hissiyatlarıyla sevgilinin yüzüne gülümseme konduracak parçalar.



İPEKYOL 2018 İLKBAHAR KOLEKSİYONU İLE ZARİF BİR YOLCULUK!



İlhamını doğadan alan Ipekyol 2018 İlkbahar koleksiyonu, modern dokunuşları ve feminen tavrının yanı sıra doğal kumaşları ve kusursuz renk kodlarıyla bir araya gelerek Ipekyol kadınına kusursuz bir seçki sunuyor. Geçiş mevsiminin habercisi trençkot ve pardösüler ise yeniden gündeme geliyor...

Siyah, beyaz ve bordo hakimiyetinin sürdüğü desenli bluz ve elbiseler, poplin, jakar dökümleri ve tüvit kumaşın hafifliğiyle zenginleşen ceketlerle eşleşiyor. Sportif görünümün çizgi detaylarla desteklendiği koleksiyonda öne çıkan ince trikolar, nakış detaylı parka ve kusursuz görünüm vaat eden pantolonlarla nokta atışı yapıyor. Zengin desen ve dokularla hem lüks hem de spor bir görünüm katan geometrik desenli pilili etekler, elbiseler ve volan detaylı bluzlar bel hattına vurgu yapan kemer detaylarıyla modern silüetlere referans veriyor. Asimetrik bağlama detaylı



etekler ve cut out triko kombinleri dantel detaylarıyla öne çıkarken, gardırobunuzun kurtarıcısı olmaya devam ediyor.

Ilık havaları çağrıştıran soft pembenin yanı sıra mavi, beyaz ve lacivert üçlüsünün tamamladığı takımlar, ince trikolarla smart casual görünümünü desteklerken; tüvit ve lazer kesimli ceketler şehir kadınının ofis şıklığını en üst noktaya çıkarıyor. Çiçek desenleri ve teknik kumaş üzerine floral desenli cropped mont ve bel kısmı bağlama detaylı trençkotlar hafif meltem sonrası üstünüze alabileceğiniz parçalar arasında yerini alıyor. Zarafetin en yalın halini temsil eden parçalar, püskül ve süet detaylardan ilham alan Vahşi Batı esintisiyle karşımıza çıkıyor. Siyah ve beyazın ön planda olduğu etnik desenler; trok, piercing ve işlemlerle buluşarak sizi şık bir stil düellosuna davet ediyor.



İTALYAN MUTFAĞININ EN LEZZETLİ HALİ MEZZALUNA'DA!



Şehrin en iyi İtalyan restoranlarından Mezzaluna, yeni kış menüsü ile misafirlerine unutulmaz bir lezzet deneyimi yaşıyor.

İtalyan mutfağından en lezzetli örnekleri misafirleri ile buluşturan Mezzaluna, menüsünü yeniledi. İtalyan şef Fabio Brambilla'nın geleneksel ve yenilikçi unsurları harmanlayan yaklaşımından yola çıkarak hazırladığı reçeteler misafirlerine çok özel lezzetler sunuyor.

Mevsimin en taze ürünleri kullanılarak oluşturulan menünün başlangıçları arasında yer alan "Kestaneli mercimek çorbası" lezzeti ve sunumu ile favori çorba tercihleriniz arasına girmeye aday! Doyurucu ve hafif bir



seçenek arayanlar içinse; karışık sebze ve yeşillikler ile marine edilmiş "Füme somon salatası" iyi bir alternatif oluyor.

İtalyan tarzı burger yememiş olanlar için menüde çok özel bir seçenek var; sotelenmiş mantar, karamelize soğan, taze domates ve scamorza peyniri ile hazırlanan "burger", hem göze hem damağa hitap ediyor. Kavrulmuş patates ve sote orman mantarları ile servis edilen "Izgara deniz levreği" ise yeni sunumu ile göz dolduruyor.

Pizzalara yeni eklenen alternatifler ise Mezzaluna'nın pizza konusundaki iddiasını bir kez daha ortaya koyuyor. Marine somon, taze yeşillikler, manda mozzarella ve scamorza peyniriyle hazırlanan "Finissima con salmone marinato" çıtır pizza, menünün öne çıkan lezzetlerinden.



EN İDDİALİ SUSHI'LER VOGUE'DA YENİR!



Büyüleyici boğaz manzarası ve birbirinden güzel lezzetleriyle 20 yıldır İstanbul'un vazgeçilmez mekânlarından biri olan Vogue, sushi menüsü ile de iddialı.

Panoramik boğaz manzarası ve ferah atmosferiyle büyüleyici bir ortam sunan Vogue, dünya mutfağından özel seçkiler sunduğu menüsünün yanı sıra yıllardır İstanbul'un en iyi sushi'lerini de sunuyor.

Vogue'un sushi menüsü, bu alanda 19 yıllık tecrübeye sahip olan Taylandlı Sushi Şefi Janla Srikum'un deneyimi ile sunuluyor. Sushi şefi, geleneksel Japon sushi hazırlama tekniğiyle 70'e yakın farklı sushi seçeneği hazırlıyor. Sushi severlerin en çok tercih ettiği seçenekler arasında "Vogue king plate", "Vogue sashimi selection", "Caterpillar", "Spicy Ika", "Spicy tuna" ve "California" yer alıyor.



Etkileyici şehir manzarası ve değişmeyen hizmet kalitesiyle 20 yıldır öğle ve akşam yemeklerinin vazgeçilmez adresi olan Vogue, zengin sushi menüsü ile de iddialı lezzetleri misafirleri ile buluşturmaya devam ediyor.



ROMATİZMA ARTIK GENÇLERİ DE ETKİLİYOR!



Liv Hospital Ulus Romatoloji Uzmanı
Prof. Dr. Şenol Kobak

Kas-iskelet sistemini etkileyen ama aynı zamanda iç organ tutuluşları da yapabilen romatizma bilinenin aksine gençlerde de sık görülüyor. "Her ne kadar halk arasında romatizma yaşlıları etkileyen etkileyen bir hastalık olarak bilinse de esas olarak iltihabi ve ciddi organ tutuluşları yapabilen romatizmal hastalıklar, gençleri de etkiliyor" diyen Liv Hospital Ulus Romatoloji Uzmanı Prof. Dr. Şenol Kobak bilinmeyenleri anlattı.

Çocukluk yaşında sıklıkla görülen romatizmal hastalıklar arasında akut romatizmal ateş, ailesel Akdeniz ateşi, juvenil kronik artrit sayılabilir. Ülkemizde en sık görüleni ailesel Akdeniz ateşidir. Çocukluk yaşından itibaren başlayan tekrarlayan karın ve göğüs ağrıları, ateş yüksekliği, kas ve eklem ağrıları ile karşımıza çıkabilir.

Yine çocuk yaşta eskiden daha sık olarak görülen başka bir hastalık, akut romatizmal ateştir. Genelde boğaz enfeksiyonunu takiben, eklemlerde ağrı, şişlik, hareket kısıtlılığı, ateş yüksekliği, deri döküntüleri, kalp ve beyin tutuluşu bulguları ile seyredebilir.

Juvenil kronik artrit ise farklı eklem tutuluşları, bazen de bu eklemlerde deformasyon yapabilen bir başka çocukluk romatizmasıdır. Yine daha çok genç doğurgan yaştaki kadınları etkileyen bir hastalık grubu bağ doku hastalıklarıdır.

Bu hastalıkların en önemli özellikleri el parmak eklemlerde renk değişikliği (Raynaud) ve iç organ tutuluşlarıdır. Romatoid artrit en sık görülenidir ve toplumun yüzde 1'ini etkiler.

Sistemik lupus eritematoz, öncelikle genç kadınlarda görülür. Genelde küçük el eklemlerinin yanı sıra, akciğer, kalp, böbrek, beyin gibi ciddi organ tutuluşları yapabilir. Spondil artritler genelde genç erkekleri etkiler. Tüm omurga ve sakroiliak eklem yanı sıra, periferik eklem tutuluşu, göz ve bazen de kalp kapak tutuluşlarına sebep olabilir.

Romatizmal hastalıkların tanısı, klinik, laboratuvar, radyolojik tetkikler sonucunda konulur. Hastadan alacağımız çok iyi bir anamnez (öykü) ve fizik muayene bulguları, hangi tetkikleri isteyeceğimiz konusunda yönlendirici olur. Hastada bir bağ doku hastalığı düşünüyorsak bir tarama testi olan antinuklear antikor (ana) bakmak gerekir.

Yine romatoid artrit düşünüyorsak son yıllarda kullanılan Anti-CCP antikor testi de yardımcı olur. İltihabi romatizmal hastalıkların tedavisinin amacı, hastalığı remisyona sokmaktır. (Hastalıksız bir dönem.) Son yıllarda kullanılan hedefe yönelik biyolojik ilaçlar ise iltihabi hastalıkların tedavisinde yeni bir çağ açmıştır.



SOĞUK HAVA KOLESTEROLÜ TETİKLİYOR!



Medical Park Bahçelievler Hastanesi
İç Hastalıkları Uzmanı Dr. Yusuf Yıldırım

Soğuk havalarda vücudun karbonhidrat ihtiyacı artıyor. Tükettiğimiz kalorili yiyecekler de bu nedenle yağlanmaya sebep oluyor. Medical Park Bahçelievler Hastanesi İç Hastalıkları Uzmanı Dr. Yusuf Yıldırım, artan yağ oranının kolesterolü doğrudan olumsuz etkilediğini söyledi. Yazın havanın sıcak olması ister istemez insanın iştahını azaltır. Ağır gıdalar, terlemeyi artırıp kişinin konforunu bozduğu için çok fazla tercih edilmez. Ancak kışın durum tam tersine döner. İnsanlar ağır yemekler tüketmeye daha meyilli olurlar. Bu da vücuda harcayabileceğinden daha fazla enerji almamıza sebep olur ve fazla gelen enerji yağ dönüşür. Artan yağ oranı da doğal olarak kolesterolü yükseltir. Medical Park Bahçelievler Hastanesi İç Hastalıkları Uzmanı Dr. Yusuf Yıldırım, kolesterolle ilgili önemli bilgiler verdi, kış beslenmesi konusunda uyarılarda bulundu.

Kolesterol her insanın kanında olması gereken bir maddedir. Beslenme eksikliği olanlarda, zafiyet geçirenlerde kolesterol değerleri çok düşer ve bu da tehlikeli bir durumdur. Kolesterol düzeyini değerlendirirken, hastanın ek bir hastalık durumunun olup olmadığını göz önünde bulundurulur. Sağlıklı bir insanda LDL kolesterol dediğimiz, halk arasında kötü huylu olarak bilinen kolesterolün üst sınırı 200'dür. Sağlığında hiçbir risk faktörü, şekeri, kalp hastalığı öyküsü olmayan hastalarda LDL kolesterolü 200'e kadar normaldir. Eğer hastanın şeker, kalp veya damar hastalığı varsa, kolesterol düzeyini 70'e kadar indirmek gerekir. Cinsiyetine yönelik bir takım genetik faktörlere dayalı olarak kadınlar, erkeklere oranla kolesterol artışına daha yatkındır. Kadınların beslenme alışkanlıkları ve tatlıya olan düşkünlükleri de kolesterole zemin hazırlar.

Ambalajlı ürünler, koruyuculardan yapay karbonhidratlara bir sürü yapay madde içerir. Bunlar da doğal olarak vücudumuza zarar verir ve metabolizmamızı bozar. Vücudumuz doğal olan gıdaları sindirip, sağlıklı bir şekilde kana karışmasına uygundur. Yapay olan gıdalar vücuda girdiği zaman hormonal dengemiz bozulur. Aşırı insülin üretimine sebep olur. Bu etkenler de yağlanmaya yol açar.

Başta cips ve bisküvi olmak üzere, ambalajlı ürünleri çok fazla tüketmemek gerekir. Çikolata diğer abur cuburlara oranla daha sağlıklı olarak kabul edilir. İçerisinde daha az katkı maddesi konulan çikolata türlerinden ölçülü olarak tüketebilirsiniz. Ancak özellikle bisküvi, kraker, cips gibi ürünlerdeki yağlar, raf ömrünü uzatmak için kullanılan katkı maddeleri vücudun metabolik faaliyetlerini bozar. Yatmadan önce yenilen bir paket cips, bir paket bisküvi, bir şişe kola ya da meyve suyu alacağımız 1000-1200 kaloriye denk gelir. Akşam vakti çok hareket etmediğimiz ve uykuda da çok fazla kalori harcamadığımız için, harcayacağımız maksimum kalori 200-300'dür. Geriye kalan 900 kaloriyi vücut mecburen depolamak zorundadır. Bu kaloriyi yakmak için de için de minimum, orta tempoda, 10 bin adım atılmamız gerekir. Kolesterol daha çok masa başında çalışan kişilerde görülür. Günlük 5 bin adımdan daha az atanlarda, fast food tarzı beslenenlerde ve gençlerde adölesan çağı dediğimiz (12- 16 yaş) döneminde görülebilen bir durumdur. Tamamen bozuk beslenme tarzı ve egzersizden uzak bir hayat süren herkeste kolesterol yüksekliği karşımıza çıkabilir. Özellikle alkol kullanan kişilerde kolesterolün olumsuz etkisi iki katına çıkar. Kolesterolün yoğunluğu kan akışını bozar. Bu da; halsizlik, yorgunluk, baş arkasında yanma, baş arkasında uyuşma, ellerde ve ayaklarda yanma gibi şikayetler yaratır. Bu tarz şikayetleri olanların mutlaka kolesterol değerleri kontrol edilmelidir. Kolesterol hastalarında belirti vermeyen bir hasta grubu da vardır. Rahatsızlık, yaptığı ikinci etkilerle karşımıza çıkar. Asıl korktuğumuz nokta hastalığın; damar yağlanması, damarlarda daralma, kalp krizi ve tansiyon seviyelerinde olmasıdır. Erken dönemde kolesterol rahatsızlığını tespit edip, müdahale ettiğimiz, ilaçtan önce yaşam değişikliği yaptığımız hastalarda risk azalır. Ama kolesterol şikayeti uzunca dönem devam edip hasta müdahale etmediyse bu durum karşımıza; tansiyon, şeker ve kalp hastalığı olarak çıkar. Kolesterol, vücudun damar ağında ciddi problemlere neden olduğu için ilerleyen dönemlerde beyin damarlarındaki problemlerden, bilek damarlarındaki problemlere kadar pek çok organda olumsuz etkilere neden olabilir. Yüksek kolesterol kalp hastalarında da çok tehlikeli bir durumdur. Yüksek kolesterolü olan bir kişinin profiline baktığımızda, tipik bir kalp hastası profili oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Hastalara hiç önermememize rağmen, mutlaka bir pasta, kurabiye yiyeceklerse, evde kendilerinin yapmalarını tavsiye ediyoruz. Pasta, kurabiye gibi yiyeceklerin; bilinen, güvenilen ürünlerle yapılması, vücuda alınan zarar azaltacaktır. Ambalajlı ürünlerde kullanılan glikoz şurubu gibi ürünlerin zararlı etkilerine nazaran evde kullandığımız şeker çok daha az zararlıdır. Hazır cipslere alternatif olarak da, patatesten veya mısırdan az yağ kullanarak ev yapımı cips hazırlanabilir. Bu da raf ömrü uzatılmış gıdalardan kesinlikle çok daha sağlıklıdır. Bunları tüketmek yerine en doğrusu, meyve kurularını tercih etmektir. Hiçbir işleme uğramadan, doğal yollardan kurutulup, suyu çekilip saklanmış meyveler tüketilebilecek en sağlıklı atıştırmalıklardandır.

bt media

İş Dünyası Dergisi BusinessNews

ABONE FORMU

Okuyucunun Adı: Soyadı:

Mesleği:

Çalıştığı Kurum:

Görevi:

Kurum Faaliyet Alanı:

Posta Adresi:

Posta Kodu: Semt: İl:

Telefon: Faks:

e-mail: web:

☐ Yeni abone oluyorum

☐ Aboneliğimi yeniliyorum

☐ 6 aylık abone olmak istiyorum 150 TL

☐ 1 yıllık abone olmak istiyorum 250 TL

Aboneliğiniz ne zaman bağlansın?

Ay / Yıl Başvuru Tarihi:

Ödeme Bilgileri

☐ Banka havalesiyle gönderdim.
İlgili belge ektedir.

• Vakıfbank Mimaroba Şb. Bayram Tavşan
Hesap No: 00158007301313225
IBAN: TR11 0001500158007301313225

Fatura Bilgileri

☐ Faturayı adıma kesiniz.

Firma Adı / İsim:

☐ Firmaya kesiniz.

Adresi:

VD V.No

İmza/Kaşe

BT MEDIA GROUP

Batıköy Mah. Mustafa Kemal Bulvarı Belen Sok. Kent Plus Sitesi B2 Blok No: 2Y / 30
Mimaroba – Büyükçekmece / İSTANBUL Tel : (212) 337 36 56 pbx Fax: (212) 337 36 10
Büyükçekmece VD. 13571672248

www.businessnewstr.com info@businessnewstr.com



Konut Projelerinde Akıllı Mobilya Dönemi

Birden çok fonksiyonu bir arada bulunduran akıllı mobilyalar sayesinde, küçük metrekareli yeni nesil konutlar ideal yaşam alanına dönüşürken, tüketicinin kafasındaki 'küçük ve dar alan' imajı ortadan kalkıyor, satın alma kararının verilmesinde olumlu etki sağlıyor.



Gaysan Mobilya'nın akıllı ve hareketli mobilyaları 1 odada 2 farklı yaşam alanı oluşturarak 1+0 daireleri 1+1 özelliğine kavuşturuyor. En küçük stüdyo daireleri bile rahat yaşanabilir mekanlar haline getiren Gaysan, home office çalışanlar için de ideal çözüm ortağı. Gaysan ile tasarlanan yeni nesil örnek daireler, projeye nitelik ve prestij katarken, pazarlama aşamasında da avantajlar sağlıyor.

YESToPAY

**HİÇBİR ŞEYE
DOKUNMADAN
HER ŞEYİ
ÖDE!
METRODA
OTOBÜSTE
ALIŞVERİŞTE**



YESToPAY
Akıllı Temassız
SIM Card Teknolojileri
Okutucular, POS Makineleri
Akıllı Temassız Kart
Teknolojileri Temassız
EMV Kart Teknolojileri
NFC Mobil Bilet,
RFID Uygulamaları
İleri Telemetri Uygulamaları
Mobil Ödeme ve
Mobil Cüzdan Sistemleri
bilgi işlem, elektronik
elektromekanik gibi
alanlarda kamu ve özel
kurumlara hizmet
vermeye hazırdır.

KÖLÜK

www.koluk.com.tr

YESToPAY bir Kölük Şirketler Grubu kuruluşudur.

www.yestopay.com

